

**ЎЗБЕКИСТОН АЛОҚА, АХБОРОТЛАШТИРИШ ВА  
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ДАВЛАТ  
ҚЎМИТАСИ  
ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

**Ҳимояга руҳсат  
Кафедра мудири**

2013 й. «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_

**Ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхоналар ва ахборот  
хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш**

мавзусида

## **БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

Битирувчи \_\_\_\_\_ **Джабборова М.Г**

**ИМЗО**

Раҳбар \_\_\_\_\_ **Махмудов М.Х**

**ИМЗО**

Тақризч \_\_\_\_\_ **Хасанова М.Р**

**ИМЗО**

ХФХ бўйича \_\_\_\_\_ **Абдуллаева С.М**

маслаҳатчи **ИМЗО**

**ТОШКЕНТ-2013**

ЎЗБЕКИСТОН АЛОҚА, АХБОРОТЛАШТИРИШ ВА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЯ  
ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ДАВЛАТ ҚЎМИТАСИ

ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

Касбий таълим факултети

Ахборот кутубхона тизимлари кафедраси

«ТАСДИҚЛАЙМАН»

Кафедра мудири \_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 й.

**Джабборова Мафтуна Ғайратовна**

**« Ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхоналар ва ахборот хизмати  
органларининг маълумотлар базасини яратиш » мавзуидаги битирув ишига**

**ТОПШИРИҚ**

1. Мавзу университетнинг 2012 йил «27» 12 даги 1371 –сонли буйруқ билан тасдиқланган
2. Ишни ҳимояга топшириш муддати: 25 май 2013- йил
3. Ишга оид дастлабки маълумотлар: мавзу тасдиқланди,режа тузиб олинди ва материаллар йиғишга киришилди.
4. Ҳисоб тушунтириш матни мундарижаси (ишни бажаришдаги масалалар рўйхати)
5. Ахборот-кутубхона муассасаларида фойдаланувчиларни қизиқишини ўрганиш, ахборот хизмати органлари ва ахборот-кутубхона муассасаларида ахборотга бўлган талабларни аниқлаш.
6. График материаллар рўйхати
7. Топшириқ берилган сана:15-январ 2013-йил

Рахбар \_\_\_\_\_  
(имзо)

Топшириқни олдим \_\_\_\_\_  
(имзо)

8. БМИ ишининг ҳар бир бўлимида бажариладиган ишларга маслаҳатлар.

Бўлим номи	Маслаҳатчи	Имзо, сана	
		Топшириқ берилди	Топшириқ олинди

1. Фойдаланувчиларни ахборотга бўлган талаблари			
2. Ахборот маҳсулотлари типологияси			
3. Ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхона ва ахборот хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш муаммолари.			
4. Ҳаёт фаолияти ҳавфсизлиги			

9. Ишни бажариш графиги.

Т/р	Иш бўлимлари номи	Бажариш муддати	Раҳбар (маслаҳатчи) имзоси
1.	Фойдаланувчиларни ахборотга бўлган талаблари		
2.	Ахборот маҳсулотлари типологияси		
3.	Ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхона ва ахборот хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш муаммолари.		
4.	Ҳаёт фаолияти ҳавфсизлиги		

5.	Хулоса		
----	--------	--	--

Бирувчи \_\_\_\_\_  
(имзо)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013й.

Рахбар \_\_\_\_\_  
(имзо)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013й.

Ушбу битирув малакавий ишида Ахборот махсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхоналар ва ахборот хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш ўрганилди. . Ахборот-кутубхона муассасаларида фойдаланувчиларни кизиқишини ўрганилди, ахборот хизмати органлари ва ахборот-кутубхона муассасаларида ахборотга бўлган талабларни аниқланди.

Данного выпускная квалификационный в работе известие продукты производитель библиотеки и известие службой органов данные базу создание изучили.. информация-библиотека в ведомствах пользующихся что он интересуется изучили, известие службой органы и информация-библиотека в ведомствах информацию бывший требований выявился.

Of the final qualifying in the news products manufacturer and libraries news service of the creation of the data base examined .. Information Library in the departments that he is interested in using learned the news agencies and information service library in the former departments of information requirements to detect.

## Кириш.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 20 июндаги “Республика аҳолисини ахборот-кутубхона билан таъминлаш тўғрисида”, 2011 йил 23 февралдаги 1487-сонли “2011-2015 йилларда ахборот-коммуникация технологиялари асосида ахборот-кутубхона ва ахборот-ресурс хизматини янада сифатли такомиллаштиришнинг чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорларида, 2011 йил 13 апрелда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот-кутубхона фаолияти” тўғрисидаги Қонунида кўрсатиб ўтилган вазифаларни рўёбга чиқариш бўйича жиддий ишлар амалга оширилмоқда.

Аҳолини ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, маданий –маърифий ва касбий фаолиятлари учун хизмат қиладиган ахборотларнинг аналитик маҳсулотлари ва хизматларини тайёрлаш ва ахборотдан фойдаланувчиларга тақдим этиш ишларини ўрганиш бугунги кунда кутубхонашunosлик фанини олдида турган долзарб муаммолардан биридир.

Битирув малакавий ишини **мақсади-** ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхоналар ва ахборот хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш муаммоларини ўрганишдир.

Битирув малакавий ишни **объекти-** ахборотларни аналитик маҳсулотлари ва хизматлари. **Предмети** эса-кутубхоналар ва ахборот органларининг маълумотлар базаларини яратиш ишларини ўрганишдир.

Шу мақсадда қуйидаги вазифаларни хал этиш режалаштирилган:

- Фойдаланувчиларни ахборотга бўлган талабларини ўрганиш;
- Ахборот маҳсулотлари типологияси масалалари ёритиш;
- Ахборот бозори субъектлари ва ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларни ўрганиш;

-Ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхона ва ахборот хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш муаммолари таҳлил қилиш.

Малакавий битирув иши кириш, тўртта боб, хулоса ва илова қисмларидан иборат.

Кириш қисмида малакавий битирув ишининг мақсади, ахамияти, битирув ишининг объекти ва предметлари хақида, шунингдек унда ёритилаётган масалалар хақида тўхталиб ўтилади.

Биринчи боб “Фойдаланувчиларни ахборотга бўлган талаблари” деб номланган. Унда ахборотга бўлган талабларнинг белгилари ва ахборот хизмати органлари ва ахборот-кутубхона муассасаларида ахборотга бўлган талабларни аниқлаш масалалари ёритилган.

Иккинчи боб “Ахборот маҳсулотлари типологияси” деб аталади. Унда ахборот маҳсулотларига бўлган фойдаланувчиларнинг талаблари, ахборот маҳсулотлари ва хизмат турлари ҳамда ахборот бозори субъектлари ва ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчилар хақида маълумотлар жамланган.

Учинчи боб “Ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи кутубхона ва ахборот хизмати органларининг маълумотлар базасини яратиш муаммолари” деб номланган. Унда дастурий комплекс учун маълумотлар базаси яратиш, дастурий комплексни ишга тушириш ва ундан фойдаланиш ҳамда фойдаланувчилар учун асосий саҳифа кўринишлари қайд этилган.

Тўртинчи боб “Ҳаёт фаолияти ҳавфсизлиги” деб номланган. Унда Чангнинг зарарли таъсири ва чангга қарши кураш чора-тадбирлари баён этилган.

Хулоса қисмида кутубхона фаолиятига яқуний баҳо беришга ҳаракат қилинган. Малакавий битирув иши фойдаланилган адабиётлар рўйхати билан яқунланади.

## **1-боб. Фойдаланувчиларни ахборотга бўлган талаблари.**

### **1.1. Ахборот-кутубхона муассасаларида фойдаланувчиларни қизиқишини ўрганиш.**

Хизмат кўрсатиш- ахборот-кутубхона фаолиятининг энг муҳим қисми бўлиб, уни натижаларига қараб фойдаланувчилар кутубхона ёки ахборот

органининг ўзлари учун зарур ва фойдалилиги ҳақида хулоса чиқарадилар. Ахборот-кутубхона муассасаларининг бошқа фаолиятлари (маълумот-ахборот фондини комплектлаш, маълумот-қидирув аппаратини юритиш ва бошқ.) фойдаланувчилар назаридан четда қолади ва улар томонидан бу ёрдамчи иш ёки кўпинча иккинчи даражали иш сифатида қаралади.

Хизмат кўрсатиш даражасидан қониқиш ахборот хизмати ва турли хил мақсадли гуруҳлар ўртасидаги муносабатнинг бундан кейинги ҳолатини белгилайди: тасодифий китобхон доимий китобхонга айланадими ёки ахборот талабларини бажарувчи бошқа альтернатив манбаларга мурожаат қилишни маъқул кўрадими; ташкилот раҳбари ахборот хизматини зарур воситалар билан таъминлаш керак деб ҳисоблайдими ёки уни қисқартириш ҳақида қарор қабул қиладими?

Хизмат кўрсатишни ташкил этиш жараёнида бир неча кетма кет бажариладиган босқичларни кўриш мумкин:

- фойдаланувчиларни ўрганиш;
- хизмат кўрсатиш режимини ва шаклини танлаш;
- ахборот хизматида фойдаланиладиган ахборот ресурсларини таҳлил қилиш;
- ахборот маҳсулотларини тайёрлаш (ёки сотиб олиш);
- хизмат кўрсатиш самарадорлигини ўрганиш.

Жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши таъсирида бу босқичларнинг ҳар бирининг мазмунида ўзига хос ўзгаришлар юз берди. Ушбу босқичлар фойдаланувчиларга хизмат кўрсатишни ривожланиши кутубхоначилик хизматидан кутубхона-библиографик хизмат кўрсатиш орқали ахборот хизматига ўтади ва ахборот сервисига ўтиш истиқболини белгилайди.

Кутубхоначилик назарияси ва амалиётида ҳар доим фойдаланувчилар қизиқишини ўрганишга катта эътибор берилган. Замонавий маркетинг фойдаланувчилар талабларини ўрганишга ва бозор сегментациясига



асосланади. Маркетингда истеъмолчилар уларнинг эҳтиёжини тўла қондира оладиган энг “намунали” товарни ишлаб чиқиш ва тақдим этиш учун ўрганилади.

Кутубхонашунослик фанида хизмат кўрастишнинг комфортлиги узок вақтгача зарур омил ҳисобланмади. Ахборот-кутубхона муассасаларидан фойдаланувчилар асосан уларга давлат томонидан ғоявий таъсир кўрсатишни самарадорлигини ошириш мақсадида ўрганилди. Шунга қарамадан, кутубхонашуносликда бундай тадқиқотлар соҳасида жуда катта ижобий тажрибалар тўпланганлигини таъкидлаш лозимки.

Ахборот-кутубхона муассасаларидан фойдаланувчиларни анъанавий тарзда ўрганиш асосан статистик маълумотларга асосланади: фойдаланувчиларни сони; қатнов сони; китоб ўқилиши; китоб берилишининг сони; ва бошқаларга. Бу кўрсаткичлар ичида фойдаланувчиларнинг ижтимоий-демографик белгилари – жинси, ёши, ижтимоий келиб чиқиши, маълумоти, фаолият соҳаси қабила ҳам бор эди. Ушбу кўрсаткичлар фойдаланувчиларни ўрганишга уларни “табақаларга бўлган ҳолда ёндошиш тамойилини” қўллашни тақозо қилган эди. Бу тамойилни моҳияти шунда эдики, агар китоб умуман китобхонга эмас, балки аниқ китобхонга мўлжалланган бўлса, унинг таъсири ошиб боради, юқори даражада унинг китобхонлик тайёргарлигига ва қизиқиши ҳамда эҳтиёжларига мос келади. Махсус адабиётларда китобхонлар типологияси ва ўқишга раҳбарлик қилиш масалалари кенг ёритилди.

Ахборот-кутубхона муассасаларидан фойдаланувчиларни қизиқишини ўрганиш соҳасида жуда кенг қўлланилган сўровнома усули билан бир қаторда, етакчи тадқиқот усули - фойдаланувчилар формулярини таҳлил қилиш эди. Ушбу усул ўқиладиган адабиётлар мазмунини, турларини ва шакллари белгилаш имконини берар эди.

Китобхонларни ва ўқишни ўрганиш умумдавлат муаммолари қаторига киритилди: XX асрнинг 70-йилларида кенг қамровли социологик тадқиқотлар ўтказилди. Улардан “Мутахассис-кутубхона-библиография”,

“Катта бўлмаган шаҳарлар ҳаётида китоб ва ўқиш”, “Совет қишлоғи ҳаётида китоб ва ўқиш”, “Совет ишчиси-китобхон” ва бошқалар ўз даврида муҳим аҳамиятга эга эди.

Худди шу вақтларда илмий-ахборот фаолияти соҳасида ахборотга бўлган эҳтиёжларни ўрганишга бағишланган янги илмий йўналиш ривожлана бошлади. У хизмат кўрсатиш амалиётига объектив ва субъектив ахборот талаблари, уларнинг шаклланишида илмий-ишлаб чиқариш фаолиятининг таъсири, турли хил даражадаги мутахассислар - раҳбарлар, илмий ходимлар, янги техникани яратувчилар, лойихачилар, ишлаб чиқарувчилар ва бошқаларнинг ўзига хусусиятлари ҳақидаги тасаввурларни олиб кирди.

Кейинчалик турли хил фойдаланувчилар гуруҳларининг ахборотга бўлган муносабатларини ўрганиш бошланди. Алоҳида ўринни шахснинг ахборот маданиятини шакллантириш бўйича илмий ишлар ташкил этди. Бу тадқиқотларни барчаси хизмат кўрсатишнинг “олтин фонди”ни ташкил этди.

Вақт ўтиши билан уларнинг аҳамияти пасаймади, балки замонавий ахборот технологияларини қўллаш шароитида янада ошиб борди

Фойдаланувчилар қизиқишини ўрганиш тарихи шахсларнинг эҳтиёжларига қизиқишни чуқурлашиб бориши анъанаси мавжудлигини кўрсатади. Ўрганишнинг объекти сифатида дастлаб катта ижтимоий гуруҳлар (ишчилар, қишлоқ аҳолиси) олинди, кейинчалик алоҳида касбий гуруҳлар (тиббиёт ходимлари, ўқитувчилар, олимлар), кейин аниқ шахсларни ахборотга бўлган талаблари ўрганилди.

Фойдаланувчиларни ўрганишнинг кейинги тадқиқотлари маркетинг ва сервис фаолиятини асосий тушунчаси бўлган - истемолчиларнинг асосий қадриятларини аниқлаш ва таҳлил қилишдир. Кутубхоналар ва ахборот хизмати органлари учун бу шуни англатадики, фақат ахборот талаблари ва ахборот маданиятини ўрганибгина қолмасдан, балки ахборот маҳсулотларига истемолчиларнинг талаблари, умуман хизмат кўрсатишнинг комфортлилиги ҳам ўрганилади.

Мутахассиларнинг илмий ва ишлаб-чиқариш фаолиятининг босқичлари ва мазмуни билан боғлиқ ҳолда ахборотга эҳтиёжларнинг пайдо бўлиш ва шаклланиш механизмини ўрганиш, шунингдек, улар томонидан ҳал этилаётган вазифаларнинг хусусиятлари янги тасаввурларнинг шаклланишига сабаб бўлди. Муассасалар ва бошқа ахборот хизмати ташкилотларида сўровдан аввал хизмат кўрсатишни ташкил этиш бошланди. Бу эса илмий - тадқиқот ишларининг режалари ёки ишлаб чиқариш фаолиятининг йўналишлари билан боғлиқ бўлади. Ахборотни аналитик-синтетик қайта ишлаш усулларининг ривожланиши билан мутахассисларни ахборот билан таъминлашга ўтилди.

Сервис соҳасининг ривожланиши ва хизмат кўрсатиш комфортлилигининг ошиши ўзида ахборот хизматиға фойдаланувчилар талабларини кучайтиришға олиб келади. Кишилар шахсий ҳаётининг қимматини ва ўзининг ҳақ - ҳуқуқларини тушунган ҳолда ва бошқа соҳаларда уларнинг тасдиқланишини кўриб (таълим, тиббий хизмат, туризм ва б.) ахборот хизматидан ҳам шундай нарсани кутадилар.

Ахборотнинг жамият тараққиётида асосий ресурсға айланиб бориши ахборот бозорининг тез ривожланиб боришини тақозо қилади. Унда тақдим этаётган ахборот маҳсулотлари ва хизмати билан рақобатға кириша оладиган кутубхоналар ва ахборот хизмати ташкилотлари муваффақият билан иштирок эта оладилар.

Ахборот хизматини сервис соҳасида пайдо бўлган тушунчалар билан ёндош ҳолда кўриб чиқиш кутубхоначилик назарияси ва амалиётида одатға айланиб қолган қарашлар доирасидан чиқишни талаб этади. Бундай умумий ёндошувда хизмат кўрсатишнинг замонавий тараққиётини ўз қобиғида эмас, балки ташқарида, сервис фаолиятининг истиқболли ривожланишида кўриб чиқиш имконияти пайдо бўлади.

Бунда табиийки, бу соҳанинг кўплаб фундаментал асослари ахборот хизмати учун ҳам зарурлиги кўзга ташланди. Бундай муҳим ҳолатларга қуйидагилар киради:

- фойдаланувчилар талабларининг шак-шуҳбасиз устунлиги;
- кутубхоналар ёки ахборот хизмати органларининг барча фаолиятининг бу талабларни тўла бажаришга қаратилгани;
- хизмат кўрсатиш сифатини ошириш учун зарур технологик жараёнларни мунтазам равишда қайта лойиҳалаштиришнинг зарурлиги;
- фойдаланувчиларни ҳимоя қилишнинг мажбурийлиги ва бундан келиб чиқадиган хизмат кўрсатиш сифати билан стандартларнинг мувофиқлиги ва шундай стандартларни ишлаб чиқиш;
- хизматни янада индивидуаллаштириш билан хизмат кўрсатиш жараёнларининг қимматини ва мураккаблигини ошириш;
- Комфортлилик тушунчасига вақтинчалик, психологик, этик ва эстетик ҳамда технологик компонентлар илмий тушунчаларини киритиш;
- фойдаланувчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва аниқлаштириб берувчи меъёрий ҳужжатларни ( йўриқномалар, низомлар ва бошқа шу каби раҳбарлик материалларини ) ишлаб чиқиш;

Шу билан бирга ахборот хизматининг мазмунини ва вазифаларини фақат сервисга тақаб қўйиш керак эмас. Гап шундаки, ҳар қандай кутубхона ёки ахборот хизмати органи бир вақтнинг ўзида нафақат ахборот, балки маданий-маърифий ва таълим маскани ҳамдир. Бу эса кутубхоналар, ахборот марказлари, музейлар, архивлар ва бошқа ташкилотлар фаолиятидаги умумийликни кўришга имкон беради ва ахборот хизматини таҳлил қилишга ижтимоий- маданий ёндошишга йўл беради.

## **1.2.Ахборот хизмати органлари ва ахборот-кутубхона муассасаларида ахборотга бўлган талабларни аниқлаш**

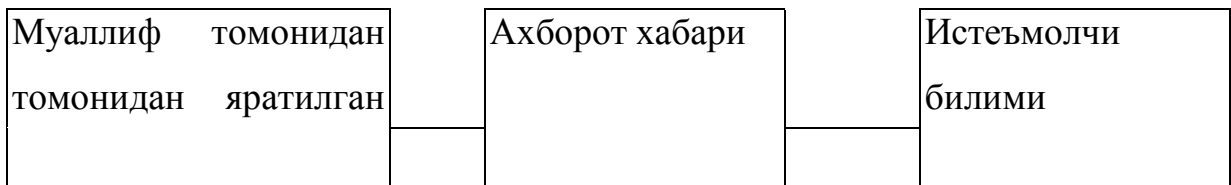
Ахборот талабларини ўрганиш бўйича турли мамлакат олимлари томонидан олиб борилган кенг масштаби кўплаб тадқиқотлари қуйидагиларни белгилаш имконини берди:

- талабни пайдо бўлиш сабабларини;
- мазмунга таъсир кўрсатувчи факторларни;
- ахборотга бўлган талабларни, инсоннинг бошқа талаблардан фарқ қилувчи ўзига хослигини;
- ахборотга бўлган талабларни аниқлаш йўллари ва ҳужжатларни қидириш ёки жамиятни ахборот ресурслари ҳақидаги аниқ маълумотларини аниқлаш мақсадида уларни турларга бўлишни.

“Ахборотга бўлган талаб” тушунчасини шахсни ахборотга бўлган талаби деб аташимиз мумкин. Ҳақиқатда ҳам илмий-амалий фаолият жараёнида, таълим жараёнида, хаваскор ижодкорликда, майиший муаммоларни ҳал этишда шундай ҳолатлар юзага келадики, янги масалаларни ҳал этиш учун мавжуд билимлар етмайди. Одамлар ахборот етишмовчилигини хис этадилар. Бу эса ахборотга бўлган талабни пайдо бўлишини сабабларидан биридир.

Бу сабаблар турлича бўлиши мумкин. Оддий ҳолатларда поездлар ҳаракатини жадвали, қандайдир муассасанинг иш соатлари ёки аниқ бир товарнинг нархи ҳақида ахборотлар талаб этилади. Бу талабларни оддий талаблар деб аталиши бу маълумотларни тезда аниқлашда эмас, балки улар маълум бир аниқ маълумотлар эканлигидадир.

Ахборот қидираётган одам қандайдир аҳоли пунктлари ўртасида темир йўл мавжудлигини, ёки ушбу шаҳарда маълум бир ташкилот мавжуд бўлиб, у қандайдир товарларни сотади. Маълум объект ҳақида етишмайдиган ахборотни топиш талаб этилади. Лекин фойдаланувчи учун ахборот керакми? Унга қандайдир масалаларни ҳал этиш учун, текширилган, ишончли маълумот-билим керак. Муаллиф томонидан яратилган билимлар, ахборот хабари шаклида истеъмолчига етказилади ва истеъмолчида билим шаклланади. Қуйидаги занжир ҳосил бўлади:



Ахборотга бўлган талаб қачонки муаллифни билимлари хабарлар орқали (хужжатли ёки оғзаки) истеъмолчи билимига айланган тақдирда ахборотга бўлган талаб қониқтирилган бўлади.

Шундай қилиб, ахборотга бўлган талабнинг биринчи ва муҳим ўзига хос хусусияти, уларда билимга бўлган талабларни мавжудлигидир. Шахс мавжуд ахборотга мурожаат қилиши орқали билимга эга бўлади. Ахборотга бўлган талабларни бундай таърифлаш хизмат кўрсатиш жараёнларини унумли равишда ташкил этиш учун муҳимдир. Бу эса кутубхона ва ахборот хизмати органларини бошқа муассасалардан қандай фарқи борлигини кўрсатади.

Ахборот маҳсулоти харидор томонидан сўралганда тоқчадан олиб бериладиган товар эмас, ёки маълум бир мавжуд бошланғич маълумотларни тўплаш натижаси ҳам эмас, ёки буюртмачини индивидуал “ўлчамлари” асосида тайёрланадиган маҳсулот ҳам эмас. У истеъмолчини қизиқтирувчи аниқ, ҳақиқий ахборотни ўзида акс эттириши керак. У бизни ўраб турган дунё ва уни ўрганувчи субъект ўртасидаги воситачи сифатида намоён бўлиб, ҳар доим икки хил йўналишга эга бўлади.

Ахборотга бўлган талабни иккинчи ўзига хослиги уни номаълумлиги. Ҳар қандай инсон ёки ташкилотни ҳаётида янги ностандарт масалаларни ҳал этиш зарурияти пайдо бўлади. Бундай ҳолатларда мавжуд билимлар етишмайди. Етишмаяпган ахборотни қидириш йўллари топиш жуда ҳам мураккаб бўлади.

Ўзи учун ностандарт бўлган вазиятга тушиб қолган одам, дастлабки босқичда масалани шартларини ўзгартиришга мойил бўлади. Ўқувчи ва талаба олган масаласига аниқ тўғри келувчи ахборотни топишга ҳаракат қилади. Инженер бошқа заводларда жорий этилган янги технологиялардан фойдаланиш тажрибаларини ўзлаштиришни мўлжаллайди, лекин уни топа

олмайди. Аста секинлик ва қийинчилик билан уларни барчаси тайёр нарсаларни ўзлаштириш ғоясидан четга чиқа бошлайдилар. Ва зарур маълумотлар ғоялар шаклида эканлиги, “тайёр рецепт” ларни бошқа турли хил соҳалардан олиб бўлмасликни тушуниб етадилар.

Одамлар тўқнаш келадиган ностандарт масалалар ўз даражасига кўра янгилик ҳисобланади. Улар аниқ бир индивид учун номаълум бўлиб, у ўзини ушбу масалани биринчи маротаба хал этувчи сифатида хис этади. Ваҳоланки жамият учун бу масала яхши таниш бўлади. Мисол тариқасида мактаб ўқувчилари томонидан ёзиладиган иншооларни кўришимиз мумкин. Адабиётшунос учун бу иншоолар жуда жўн нарса ҳисобланади. Бундай ҳолатларда психологик янгилик ҳақида гапирилади.

Техника ва технология объектлари фақат ушбу ташкилот учун янги бўлиши мумкин ва бундай ҳолатда янгиликни локал факт сифатида қайд этилади. Объектив равишда янги билим деганда, инсониятнинг ижтимоий хотирасида қайд этилмаган ва жамиятнинг ахборот ресурсларида акс этмаган билимларга айтилади.

Истеъмолчиларни қуйи даражадаги компетенлиги ва унда олдинги тажрибаларини етишмаслиги икки хил неготив оқибатларга олиб келади. Биринчидан у ўзини янгилик яратувчи деб хис этади. Ҳақиқатдан эса жамият ушбу муаммони хал этиш йўллари алақачон хал этиб бўлган бўлади (“велосипед ихтиро этиш” ҳолати). Иккинчидан эса (ушбу ҳолат кўпроқ мутахассисларга хос бўлади) муаммо билан тўқнаш келинганда, индивид уни ўзи учун янгилик ҳисоблаб, уни хал этишнинг тайёр вариантларини топишга ҳаракат қилади.

Ушбу гуруҳ истеъмолчилари – кўпинча менеджерлар, инженер-лойихаловчилар ва ишлаб чиқарувчилар, даволовчи врачлар, ўрта таълим муассасалари ўқитувчилари, зарур маълумотларни йўқлигини ахборот хизматини даражасини пастлиги, кутубхона фондини ёмон комплектланганлиги, справка-қидирув аппаратини имкониятларини етарли

эмаслиги, библиографларни Интернет ресурсларидан фойдаланишга бўлган билимларини етишмаслиги билан ифодаланади.

Ахборотга бўлган талабнинг учинчи ўзига хослиги, юқоридаги иккита ўзига хосликдан келиб чиқади ва истеъмолчиларни ахборот маҳсулотлари ва хизматлари сифатига субъектив баҳо беришидир.

Ҳар қандай хизматга баҳо бериш ўз табиий келиб чиқишига кўра субъектив бўлади ва истеъмолчини “кутаётгани”, уни қарашларига (*установкасига*) боғлиқ бўлади. Қарашлар ва баҳолаш бир- бирини аксини кўрсатиб беради: Лекин талаб ва кутаётганлик тизими истеъмолчидан хизмат кўрсатишнинг барча бошқа соҳаларида аниқроқ бўлади, маҳсулот ва хизматларни баҳолаш эса - мустақил экспертларга хавола этилади.

Бошқача қилиб айтганда, кийим тикиш ательеси, саёҳат агентлиги ёки майиший хизмат кўрсатиш корхоналари иши ҳақида асосланган камчиликларни объектив кўрсаткичлар. Лекин, учинчи шахс томонидан ахборотни берилишини тўлиқлигини ва уни истеъмолчини талабларига мос келишини аниқлаш жуда ҳам мураккабдир.

Ижтимоий ахборот- бу одамларни талабларини ўзига хослигини ва хизмат кўрсатиш имкониятларини белгиловчи ҳамда кутубхона ёки корхонанинг ахборот хизмати кўрсатиш органларини фаолият кўрсатиш мақсадларини базаси, асосий категориясидир. Масалани ҳар томонлама чуқур ва кўп аспектли, соҳалараро ўрганиш натижасида ахборотнинг кўплаб ўзига хослиларини характерлаш имконияти пайдо бўлди. Лекин, илмда ҳар сафар бўладиганидек, ахборот ходисасини ўрганиш бўйича ҳар бир босилган қадамдан сўнг янги ўрганилмаган нарсалар чегараси ва муаммолар пайдо бўлаверади.

Ижтимоий ахборот кишилиқ жамиятидаги одамларни ўзаро мулоқати натижасида узатиладиган ахборот сифатида талқини этилади. У билим ва тажрибаларни алмаштириш, хис-хаёжонни кўрсатиш, таъсир кўрсатиш воситаси сифатида хизмат қилади.



Ижтимоий ахборотни асосий ва мажбурий қисми уни таркибийлиги, мазмунга эгаллиги ва аҳамиятлилиги ҳисобланади. У ҳар доим аниқ дунё предметининг қандайдир хисли-кўргазмалари ёки мантиқий асос этиради. Мазмунни етказиб бериш қандайдир масалани ҳал этиш, бошқача қилиб айтганда *мақсадли равишда* – ахборотни алоҳида одамларни, ижтимоий гуруҳлар ёки жамиятга таъсир ўтказишдир. Ахборот инсоннинг барча ҳаётий фаолиятига таъсир кўрсатади: ахлоқига, дунёқарошига ва эмоционал соҳасига, меҳнатига ва кундалик турмуш тарзига ва бошқаларга.

Ахборотни ўзига хос, мақсадли равишда пайдо бўлиш сабаблари, ахборотни инсон фаолиятининг барча соҳаларидаги талабларга кўра ва ахборотларни турли мақсадларда яратилишида деб кўрсатиш мумкин. Одамларни ахборотга мурожаат қилишдан мақсадлари ва уларга тақдим этилаётган ҳужжатларни мақсадлилигини мос келиши хизмат кўрсатишни амалий натижасини билдиради.

Кўпинча матнли ахборотлар фойдаланувчиларни сўровлари мавзусига ҳамда мақсадли йўналишларига мос келади, лекин улар томонидан рад этилади. Буни сабаби ижтимоий ахборот ўзига хос *қадриятга* эга бўлиб, қандайдир мақсадларга эришиш учун яратилади. Бу ўзига хослик доимо нисбий бўлади ва нафақат матнли ахборотни яратувчиларнинг потенциал ижодига боғлиқ бўлмасдан, шу билан бирга фойдаланувчиларни эрудициясига, “кутиш тизимига” ҳам боғлиқ.

Ахборот қидириш жараёни мураккаб жараён бўлиб, энг мукамал бўлган қидирув тизимлари ҳам зарур бўлган маълумотларни тўлиқ аниқлаш имконини бермайди. Бу қийинчиликлар ижтимоий ахборотнинг ўзига хослигига, яъний ахборот мазмун режасини уни қайд этиш режасига нисбатан мустақиллигидадир.

Шу билан бирга мазмунни тарқоқ бўлишини енгиб ўтиш библиограф ёки ахборот органи ходимини олий даражага эришилган меҳнати ҳисобланади. Чунки бу меҳнат натижасида “кутилмаган фойдали” маълумотлар пайдо бўлади.

Кўпгина ахборот-кутубхона жараёнлари учун – фондни ташкил этишдан бошлаб, то хизмат кўрсатишни амалга оширишга қадар, - маълумотларни хронологик чегарасини тўғри белгилаб олиш муҳимдир. Бу муаммо ахборотни ўзига хос хусусиятлари, эскириши ва кумилияция бўлишидир.

Эскириш вақт ўтган сайин ахборотни қийматини камайиб боришидир. Бунда ахборотни вақт эмас, балки уни рад этувчи ёки қўшимча маълумотларни пайдо бўлиши “эскиртиради”. Шунинг учун ҳам ҳужжатни чоп этилиш санасига қараб уни формал равишда долзарблигини муҳокама этиб бўлмайди.

Ахборотни ўзига хослик жihatларидан яна бири, доимий равишда маълумотларни бир-бирига қўшилиб бориши, уларни тўлдирилиши, сиқик холга келтириш ёки умумлашган холда баён этилишидир. Бу улардаги маълумотларни эскириши эмас, балки уларни қайд этувчи ҳужжатларни эскиришидир. Масалан, дарслик ёки ўқув қўлланмадан ундаги мазмунни долзарблиги йўқолганлиги сабабли эмас, балки уни янги қўшимчалари билан қайта нашр этилганлиги сабабли фойдаланмайди.

Кўпгина ахборот-кутубхона фаолиятининг технологик жараёнлари (Маълумот-қидирув аппарати, ахборот маҳсулотлари яратиш, фойдаланувчиларга хизмат кўрсатиш, ташкилот фаолиятини ахборот билан таъминлаш, бошқарув қарорларини қўллаб-қувватлаш ва бошқ.) қандайдир бошланғич маълумотларни аналитик-синтетик қайта ишлашни амалга оширишни тақозо этади.

Аналитик-синтетик қайта ишлов бериш жараёни иккита бир-бирига боғланган операцияларни ўз ичига олади: маълумотларни таҳлил қилиш ва синтезлашни, яъний улар асосида янги ахборот маҳсулотини яратишни. Маълумки, таҳлил қанчалик чуқур ва кўп аспекти бўлса, натижада интеллектуал ахборот маҳсулоти яратишга имкониятлар яратилади. Бундай маҳсулотлар қайта ишлов берилган ҳужжатлари мазмунини эмас, балки ушбу ҳужжатлар бағишланган предмет соҳасини ҳолатини характерлаб беради.

Ахборот-кутубхона фаолиятини интеллектуализация қилиш концепцияси, уни кейинги ривожлантиришнинг муҳим тенденцияси сифатида иккита муҳим қоидага асосланади. Биринчидан, фойдаланувчилар учун энг қулай бўлган интеллектуал маҳсулотга бўлган талабни ортиб боришига. Иккинчидан эса, интеллектуал маҳсулотни яратиш жараёнларини аниқ бажаришликни таъминловчи ахборотлаштириш фанининг ютуқларига боғлиқдир. Бундай илмий ютуқларга эришиш қуйидаги кўплаб ҳодиса ва жараёнларни ўрганишни таққозо қилади:

- ижтимоий ахборотга бўлган хусусиятлар, аввалом бор ўхшаш бўлмаган ва кумулятив, яъний ахборотни ихчамлаштириш хусусиятларини;

- ҳужжатлар оқимини ривожланиш қонуниятларини ва уларни аниқлаш имкониятларига кўра илмий-амалий фаолиятни ҳолатига баҳо бериш.

- ҳар қандай ғояни ривожлантириш, сўнгра бу ғояларни қандай амалга ошириш объектларига “ҳужжатли ишлов бериш”, алоҳида матнлардаги ахборотларни тўлдирган ҳолда уларни обрўсизлантирилишини енгиб ўтиш ва аниқ маълумотлар дунёсини яратиш.

- Барча электрон ресурсларни мўлжаллаган ҳолда ахборот қидиришни янги имкониятларини қидириш.

-ахборотни таҳлил ва синтез қилувчи турли методларни имкониятларини қидириш.

Аналитик-синтетик жараёнларни қайта ишлаш ҳамма вақт қисқартириш, яъний бошланғич маълумотларни ҳажмини камайтириш амалга оширилади масалан, библиографик тавсиф, аннотация ёки реферат тарзда. Лекин ахборот беришни имкониялар ортиб боради.

Ҳар бир алоҳида ҳужжатга предмет рубрикаси қўйилади. Бунда матндаги маълумотларни мазмуни бир нечта қалит тушунчалар орқали очиқ берилади. Кейин бу ҳужжат қидирув тизими таркибига киради ва предмет рубрикаси

орқали шу мавзудаги бошқа хужжатлар билан алоқага киради. Бундай алоқалар хужжат матнида бўлмайди. Улар ахборот оқимидаги уни ўринини топиши натижасида пайдо бўлади.

Шунинг учун ҳам аналитик –синтетик қайта ишлашда алоҳида маълумотларга эмас, балки хужжатли “илов бериш” қандайдир ғояларни, объектларни, муаммоларни ривожлантиришда қўлланилади ва натижада интеллектуал ахборот маҳсулотлари яратишга имкониятлар яратилади.

#### 1 – боб бўйича қисқача хулоса

Ахборот-кутубхона муассасаларидан фойдаланувчиларни қизиқишини ўрганиш соҳасида жуда кенг қўлланилган сўровнома усули билан бир қаторда, етакчи тадқиқот усули - фойдаланувчилар формулярини таҳлил қилиш эди. Ушбу усул ўқиладиган адабиётлар мазмунини, турларини ва шаклларини белгилаш имконини беради

## **2-боб. Ахборот махсулотлари типологияси**

### **2.1. Ахборот махсулотларига бўлган фойдаланувчиларнинг талаблари.**

Хозирда кутубхона ва ахборот хизматларининг асосий фаолияти улар томонидан яратиладиган ахборот махсулотларидир. ГОСТ 7.0-99. “Ахборот-кутубхона фаолияти, библиография. Терминлар ва атамалар” да бу тушунча куйидагича таърифланади: “Ахборот махсулоти-бу ахборот тизимини фаолияти натижасидаги хужжатлар, ахборот массивлари, маълумотлар базаси ва ахборот хизматлари” дир.

Ахборот махсулотлари материаллашган холда, маълум бир шаклда бўлган тақдирда уни ахборот махсулоти ёки ахборот товари деб аташ мумкин. Ахборот махсулотлари сифатида дайджестлар, аналитик обзорлар, библиографик кўрсаткичлар ва бошқалар бўлиши мумкин. Ахборот махсулотлари таркибига ташқи шаклга эга бўлмаган (моддий элитувчисиз) ахборот хизматлари ҳам киради. Мисол тариқасида оғзаки справкалар, библиографнинг маслахатлари, Интернетдан қидириш ва бошқ.

Шуни такидлаш кераки, хозирда бу тушунчалар турлича талқин қилинмоқда. Масалан, хизмат кўрсатиш, агар у иқтисодий манфаат келтирса у савдонинг бир предмети бўлиб қолади. Ёки аналитик хисоботни сотиб олиш- бу товар сотиб олиш ёки янги ахборот хизматини тақдим этиш сифатида кўриш мумкин. Шу билан бирга “товар-хизмат” муносабатлари, уларни бир вақтда бўлиш ҳолатлари ҳам мавжуд. Ахборот хизматида бундай мисолларга кўргазмалар, конференциялар, тақдимотлар ва бошқа тадбирларни мисол келтириш мумкин. Бу ерда материаллашган ёки материаллашмаган элементларни кўриш мумкин.

Мамлакатимиздаги мавжуд кутубхона ва ахборот хизмати органлари турли хилдир. Улар бир-биридан: идоравий бўйсунishi, фаолият кўрсатиш даври, фондини хажми ва таркиби, автматлаштирилиш даражаси, ходимлар сони ва кўплаб бошқа солиштириб бўлмайдиган факторлари билан фарқланади. Ҳақиқатда эса энг асосий фарқ фойдаланувчиларни кутубхона ёки ахборот хизмати органига бўлган ташкилий муносабатидир. Бу фарқ

уларни кейинги даврлардаги барча фаолиятларига таъсир кўрсатади. Шунинг учун ҳам ушбу ташкилотларда фойдаланувчиларни “ўзимизники” ва “бегоналар” деб аташ тушунчаси мавжуд. Бундай ажратиш кутубхона ёки ахборот хизмати органини ўзини маркетинг стратегиясини мустақил ҳал эта олувчи юридик шахсми ёки у корхона ёки ташкилот таркибидаги бўлинма сифатида фаолият юритаётганига боғлиқдир. Бу ахборот хизмати кўрсатишни ташкил этишнинг асосий масаласи ҳисобланади ва шунга қараб кейинги ишлар: ахборотга бўлган талабларни ўрганиш усуллари танлаш, хизмат кўрсатиш ҳолатини таҳлил қилиш, ахборот маҳсулотлари номенклатурасини аниқлаш, уни тавсия этиш шароитлари (нарҳини белгилаш), ахборот маҳсулотлари ва хизматларини давом этириш йўллари танлаш, ўз фаолиятини самарадорлигини таҳлил қилиш каби ишлар амалга оширилади.

Корхона ёки ташкилот таркибидаги бўлинма сифатида фаолият юритаётган кутубхона ёки ахборот хизмати органлари (мактаб ва олий ўқув юрти кутубхоналари, корхоналарни ахборот хизмати бўлимлари ва бошқалар) учун “ўзимизники” истеъмолчилар ушбу ташкилотнинг ходимлари ҳисобланади. Кутубхонанинг тадқиқотчилик фаолияти уларни ахборотга бўлган талабларини ўрганиш учун қаратилади, яратилаётган ахборот маҳсулотлари ва хизматлари уларга мўлжалланади, уларни кутубхона ёки ахборот хизмати органлари фаолиятдан қониқиши, ушбу ташкилотлардаги ишларини самарали ташкил этилганлигини билдиради. Узоқ йиллар мобайнида “ўзимизники” истеъмолчилар ягона истеъмолчи бўлиб қолди. Ҳозирги кунда кўпгина кутубхона ва ахборот хизмати органлари “бегона” истеъмолчиларга ахборот хизмати кўрсатиш учун ташқи бозорга чиқмоқдалар.

Мустақил юридик шахс сифатида фаолият юритувчи кутубхоналар учун “ўзимизники” истеъмолчилар тушунчаси кенгроқ маънога эгадир. Ахборот бозоридаги рақобатларни кучайиши натижасида “ўзини” истеъмолчисини учун кураш бошланди. Шунинг учун ҳар бир ахборот

ташкilotи учун ахборот махсулотларидан фойдаланувчиларни характеристикасини аниқлаб олиш жуда мухим аҳамиятга эга бўлиб қолмоқда.

Ахборот махсулотлари ва хизматларидан фойдаланувчиларни турли хил аспектлар орқали характерлаш мумкин. Уларни кўпчилиги классик маркетингда сегментациялаш мезонлари сифатида маълум. Лекин улардан баъзи бирлари ахборот бозори учун хосдир. Улардан баъзи бирларини кўриб чиқамиз.

Кутубхона ва ахборот хизмати органлари истеъмолчиларни ҳуқуқий статусларига қараб хизмат кўрсатиш, яъний юридик ёки жисмоний шахсга хизмат кўрсатишга етарли даражада қатъий мўлжалланган. Тижорат ахборот агентликлари учун эса жисмоний шахслар истеъмолчилар сифатида деярлик қизиқиш уйғотмайди. Улар ўз мижозларини юридик шахслар орасидан қидирадилар. Бунда улар ахборот махсулотини буюртмачисини “оғирлиги” (жалб этувчанлиги, тўлов қобилиятини мавжудлигига) аспектига эътибор қаратадилар.

Ушбу аспектдан келиб чиққан ҳолда истеъмолчилар сифати куйидагиларга ажратилади: бюджет ташкilotлари соҳаси; давлат бошқарув тузилмаси; чет эл давлатлари вакиллари ( элчихоналар, маданият марказлари ва бошқ.); чет эл капитали билан иш кўрувчи фирмалар; йирик тижорат тузилмалари; кичик ва ўрта бизнес фирмалари ва бошқалар.

Юқоридаги ҳар бир гуруҳ истеъмолчилари ахборот махсулотларига ўзларига хос бўлган талабларини қўйади. Йирик тижорат тузилмалари қиммат турувчи эксклюзив хизматлар ( консалтинг, маркетинг тадқиқотлари, инкассо) буюртмачиси бўлишлари мумкин. Шунингдек ахборот фирмаларида бир нечта, лекин жиддий ва доимий мижозларга эга бўлади. Бюджет соҳаси корхоналари, кичик ва ўрта бизнес фирмаларига кўплаб нусхада чиқариладиган ахборот махсулотлари, масалан, маълумот нашрлари мўлжалланади

## **2.2. Ахборот махсулотлари ва хизмат турлари**

Ахборот махсулотлари ва хизмат турларини классификациялаш ишларини таҳлил қилишга олдин кутубхоначилик сўнгра илмий-ахборот соҳаси вакиллари бир неча бор уриниб кўрдилар. “Кутубхоначилик” соҳасидаги олимларнинг классификацияларидаги асосий камчилик уни ахборот хизматларини фақат кутубхоналар томонидан тақдим этиладиган хизматлар билан чегараланганлигида кўриш мумкин. Кутубхоначилик хизматини классификациялаш бўйича турли муаллифларнинг таҳлиллари таниқли олима М.Я.Дворкинанинг **“Библиотечное обслуживание: теоретический аспект”** номли монографиясида (1993) қайд этилган.

М.Я.Дворкина асосий хизмат кўрсатиш турларини кўрсатар экан, классификациялаш асоси сифатида фойдаланувчиларни сўровлари ( хужжат, библиографик ва фактографик маълумотлар, янгиликлар, ориентациялаш(таништирувчи, йўл кўрсатувчи) ва ўргатиш, ҳолатни таҳлил қилиш, хизмат кўрсатишни ташкил қилиш) деб хисоблайди. Ахборот хизматини асосий негизини сўров ташкил этишини қайд этади.

**Хужжатлар орқали хизмат кўрсатиш** нашрларга, архив хужжатларига, музей предметларига турли ташувчиларда ( қоғозли, электронли, компакт-дисклар, аудио- ва видеокассеталар, микрокарталар ва бошқалар) кириб боришни, турли тилларда (таржима қилиш орқали), аниқ вақт режимида (**онлине**), ажратилган вақт режимида ( электрон почта орқали, “бронлаш “ орқали, танишиш ва вақтинча фойдаланишни ( абонемент,ўқув зали, МБА, кўргазмалар, ностационар шакллар-кутубхона пунктлари, библиобуслар, ва бошқ.), доимий фойдаланишни (турли ташувчилардаги матнларни нусхаларини олиш, хужжатлар ва нусхаларни сотиш, хужжатларни электрон етказиш) таъминлайди.

**Маълумот хизмати кўрсатиш** библиографик, фактографик, концентографик банк ва маълумотлар базасига, шу жумладан муьти- ва гипермедий киришни ва фойдаланувчиларни библиографик ва фактографик



сўровларига оғзаки, ёзма, **он-лине** режимида ва электрон почта орқали жавоб беришни ( маълумотнома шаклида) таъминлайди.

**Янгиликлар хизмати** долзарб ҳодисалар ва мавзулар ҳақида хабар беради, ахборот рекламасини тақдим этади, янги нашрлар ҳақида хабар беради ва уларни телекоммуникация каналлари орқали реал ва ажратилган вақт (шакллари: янгиликлар, ИРИ, ДОР. Ахборот куни, Мутахассис куни, ҳоялар ярмаркаси, янги келган адабиётлар кўрғазмаси, дайджест, биржа маълумотлари ва бошқ .) кўрсатади.

**Ориентацияловчи** (таништирувчи, йўл кўрсатувчи) хизматлари ( ёки ўқув-маслаҳат хизмати) фойдаланувчиларни ахборотларга оғзаки, он-лине режимида ва электрон почта орқали (шакллари: маслаҳатлар, семинарлар, маърузалар, дарслар, экскурсиялар, компьютер курслари ) ёндошиш имкониятлари билан таништиради.

**Тадқиқот хизмати** (шакллари: аналитик маълумотномалар, аналитик обзорлар, маркетинг тадқиқотлари, конъюктур тадқиқотлар, реклама таҳлили материаллари, ахборот рейтинглари, масалан, олимлар рейтингли, тадқиқотларни прогнозлаш, ва бошқ.) фойдаланувчиларга уларни қизиқтирган соҳалари бўйича ҳолатни таҳлилини, шу жумладан телекоммуникация каналлари орқали етказди.

Шу билан бирга муаллиф **ташкилий-ёрдамчи хизмат** турларини ҳам кўрсатиб ўтади: база маълумотларини ижарага бериш ва тарқатишни , хизмат кўрсатиш пунктларини ташкил этиш, шу жумладан, кутубхоначилик, музей, компьютер, видеосалонлар; факс орқали хабар бериш; телефон, электрон почта орқали талабларни қабул қилиш: муқовасозлик ишлари ва бошқалар.; комплекс хизматалар- тақдим этилган хизмат турларидан буюртмачининг хохишига кўра шартнома асосида хизмат кўрсатиш ва бошқалар.

Кутубхоначилик хизмати кўрсатиш- яъний хужжатли хизмат кўрсатиш- бу фойдаланувчига ахборотни ташувчи материалнинг туридан қатий назар хужжатлар матнини тўлиқ етказишдир. Бу усул кутубхоналар ва ахборот хизмати учун анъанавий ва мажбурий бўлган.

Ҳозирда ҳам ҳужжатли хизмат кўрсатиш ўзини етакчи мавқийни йўқотмаган ва катта потенциал имкониятларга эга. Ҳужжатли хизмат кўрсатиш доирасида анъанавий усуллар сақланиб қолган, масалан: ҳужжатни уйга ( абонементда хизмат кўрсатиш) ва ундан ўқув залида фойдаланиш учун бериш. Лекин кейинги ўн йилликда бу усуллар янги ахборот технологияларини таъсири остида ва фойдаланувчиларни ўсиб бораётган талаблари остида жиддий ўзгаришларга сабаб бўлмоқда.

Ҳужжатли хизмат кўрсатишга бўлган фойдаланувчиларни талабларини ошиб бориши ресурс базаларини ва хизмат кўрсатиш комфортига ҳам таъсир кўрсатмоқда. Шу муносабат билан электрон-ҳужжатли сервис термини тез-тез ишлатилмоқда.

Ҳужжатли хизмат кўрсатишнинг ресурс базаси жиддий сифат ўзгаришларини бошидан кечирди. Кутубхона ва ахборот хизмати муассасалари ўзларини фондари ва ахборот-қидирув аппарати (АҚА)дан ташқари бошқа ресурслар, шу жумладан электрон ресурсларга ҳам мурожаат қилмоқдалар.

Ҳозирги кунда ҳужжатли хизмат кўрсатишда тўлиқ матнли ҳужжатни электрон шаклидан фойдаланишсиз амалга ошириб бўлмайди. Бунинг учун бир қанча йўллар мавжуд:

- моддийлаштирилган электрон ташувчиларга ўтказилган (дискетлар, СД-РОМ ДВД) электрон ҳужжатларни олиш;
- ўз фондини оцифровка ( электрон шаклга ўтказиш) қилиш ва унга тармоқ режимида кириш, шунингдек ахборотни электрон ташувчиларга ўтказиш;
- Интернет тармоғига жойлаштирилган тўлиқ матнли электрон ҳужжатларга ва он-лине режимида киришни ташкил этиш.

Кейинги йўналиш кўпроқ ривожланиб бормоқда. Айтиб ўтиш лозимки, Интернет ресурси бу кўп маъноли тушунчадир. Унинг таркибий тузилишида маълум бир белгиланган шартларга бўйича кириш тартиби қўлланиладиган нуфузли “нашрлар” нинг тўлиқ матнли маълумот

базаларини, шунингдек турли веб-ресурслардаги хужжатлар: алоҳида мақолалар, китобларни ( муаллифлик ҳуқуқларини бузувчи) кўриш мумкин.

Кутубхоналар “ расмий” , қонуний йўл орқали ўз фойдаланувчиларига нашриёт базаларидан фойдаланишга киришни ташкил этади. Лекин бу йўлда бир қанча ташкилий, молиявий ва бошқа масалаларини ҳал этиш заруриятлари пайдо бўлмоқдаки, уларни ҳал этишга алоҳида кутубхонанинг кучи етмайди. Шунинг учун бутун дунёда кутубхоналар консорциуми-кутубхоналарни бир ёки бир қанча масалаларни ҳал этиш учун бирлашиши тенденцияси кучаймоқда.

Кутубхонани электрон манбалардан фойдаланиши одатда лизензияда мустаҳкамланган,бу кутубхона ва тарқатувчи ёки нашр этувчи орасидага шартномадир. Бу хужжатда электрон манбадан кўпчилик фойдаланиши ва узоқлаштирилган мижозларни кириши каби муҳим масалаларни инобатга олиш зарур. Кутубхоналар аввалдан Интернетга манба олиш учун мурожат этганлар ҳақида статистика маълумотларини олиб туришлари лозим. Бу маълумотни қоидага кўра тарқатувчи ёки нашр этувчилар маълумотлар базаси нархи ичига кирувчи хизмати ичига киради. Бошқа тарафдан бу маълумотларни кутубхона мустақил равишда узининг серверида маълумотлар статистикаси тизимини яратиш орқали олиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш шароитларини яхшилаш тенденцияси кучайиб бормоқда. Замонавий фойдаланувчи манба матнидан вақтинчалик эмас/, балки, доимий фойдаланишни хоҳлайди. Ахборат уюшмалари ксерокопия, скайнерлаш ва хужжатларни рақамли нусхаларини кўпайтириш каби сервис хизматларини кенгайтирмоқдалар. Ҳозирда кутубхоналарнинг укув залларига қатновчиларда кўчма ёки чўнтак компьютерларни кўришимиз мумкин. Бу ҳолат анъанавий ҳолдаги “кўлда кўчириш” энда фойдаланувчиларни қониқтирмайди. Лекин, ноутбуки хали етарлича тарқалмаган, улардан фойдаланиш учун ҳам қоидага кўра керакли хужжатни тасдиқлаш лозимдир. Шунинг учун кутубхоналарда компьютерларни яққа ҳолда арендага бериш хизматини ҳам йўлга қўйиш лозим.

Замонавий ҳаётимизда вақти тежаш муҳим тенденция сифатида ривожланмоқда. Ахборат хизматидан фойдаланувчи вақтини тежаши мумкин: маълум бир адабиётга буюртмани телефон ёки электрон почта орқали бериш, адабиётдан фойдаланиш вақтини чўзиш, буюртмани етказиб беришни электрон хужжат тарзига келтириш ва бошқа хизмат кўрсатишини технологик жараёнлари.

Ностационар хизмат кўрсатиш ҳам фойдаланувчилар ва филиал уюшмаларида ўз муҳимлигини йўқотгани йўқ. Хизмат кўрсатишни бу тури ахборот манбасини иш жойига ёки яшаш жойига етказиб беришга қаратилган.

Шулар билан бир қаторда бошқа хизмат кўрсатиш ҳам кенгаймоқда- канцеляр махсулотларини сотиш: кафе ва дам олиш зоналарини уюштириш.

Библиографик махсулотлар ва библиографик сўровларни бажариш, хужжатли хизмат кўрсатиш каби кутубхоналарни анъанавий йўналишлари ҳисобланади. Ахборот сервизининг ушбу шакли “тайёр” библиографик махсулотларга ( адабиётларни жорий ва ретроспектив кўрсаткичлари, рефератив журналлар, библиографик ва рефератив база манбалари, монография ва диссертациялар ва ҳ.к. учун адабиётлар рўйхатлари) ва “ўзини” шахсий базасига таянади. Ўз шахсий базаси деганда электрон каталоглар, мавзули маълумотлар, эълон қилинган ва эълон қилинмаган хужжатлар рўйхати, библиографик кўрсаткичлар ва муаммоли-йўналтирувчи маълумот базалари тушунилади.

Кутубхона ва ахборот хизмати органларининг “ўзини” библиографик махсулотларини ролини ўзгариши, хизмат кўрсатишни ривожланишини биринчи тенденцияси билан боғлиқ. Библиографик қўлланма тобора ахборот хизмати соҳасидаги мутахассисларни якуний иши эмас, балки ораликдаги ишга айланиб бормоқда. Буни тақдим этилаётган хизматларга бўлган фойдаланувчилар томонидан комфортга бўлган ошиб бораётган талаблар билан изоҳласа бўлади. Бу талабларни бажаришга ҳаракат қилаётган кутубхона ва ахборот хизмати ходимлари, библиографик қидирув жараёнида

мавзули рўйхатлар, картотекалар, библиографик маълумотлар базасини яратмоқдалар. Кейинчалик шу базалардан фойдаланиб мавзули тўпламлар, дайджестлар, фактографик маълумотномалар, аналитик обзорлар тайёрланмоқда ва фойдаланувчиларга тақдим этилмоқда.

Библиографик қўлланмалар адабиётлар кўргазмалари, мутахассис кунлари ва бошқа тадбирларни тайёрлашдаги оралиқ ишга айланиб бормоқда.

Иккинчи йўналиш библиографик қидирув ва қўлланма тайёрлашда ахборот технологияларидан кенг фойдаланиш билан боғланган. Жамиятнинг ахборот ресурсларига таянган ҳолда адабиётларни топиш имкониятлари пайдо бўлмоқда. Библиографик қидирув натижалари фойдаланувчиларга электрон шаклда етказиш имкониятлари пайдо бўлмоқда. Бу эса ҳужжатларни кўп аспекти мазмунини таъминлайди: тўлдириб борилишини, фойдаланувчиларни талабига кўра яқка маълумот базаларини фаоллашувини, ахборотларни иш жойига ёки яшаш жойига юбориш орқали хизмат кўрсатишни.

Учинчи тенденцияни интеллектлашув деб аташ мумкин. Чунки

библиографик хизмат кўрсатиш жараёнларини мураккаблашувини умумий қонуниятларни – умуман ахборот фаолиятини интеллектлашувини келтириб чиқармоқда. Ҳақиқатдан ҳам ахборот технологияларини қўлланилиши, узоқ жойлардаги фойдаланувчилар билан он-лине режимида ишлаш, библиографик махсулотларни оралиқ ишларга ўтказиш ва аниқланган маълумотларга аналитик қайта ишлаб бериш – буларни бари ахборот соҳаси мутахассисларини касбий билимлари ва малакаларини кенгайтириш заруриятини келтириб чиқаради.

Факт деганда матндан ажратилганда мустақил маъно, фикрни сақлаб қолувчи ҳар қандай маълумот тушунилади. Ҳудди шундай маълумотлар фойдаланувчиларни фактографик сўровларига жавоб бўлади. Зудлик билан аниқ бир маълумот олиш ҳолати инсон фаолиятининг барча соҳаларида-бошқарув қарорларини қабул қилишда, илмий тадқиқот ва ишлаб чиқариш

жараёнларида, таълим жараёнида, турмушда ва дам олишда пайдо бўлади - фактографик сўровлар хажми ниҳоятда улкан ва улар хилма-хилдир. Жамиятни бунга реакция кўрсатиши бутун дунёда кўплаб хажмда энциклопедиялар, луғатлар ва маълумотномаларни анъанавий ва электрон шаклда чоп этилади, фактографик маълумотлар базаси ташкил этилади.

Қайд этиб ўтиш кераки, маълумонома адабиётлар доирасида барча мавжуд бошқа тур хужжатлар тайёрланади, чунончи, улар илмий, ишлаб чиқариш-амалий, расмий, ўқув, илмий-оммабоп бўлиши мумкин. Улар мавзуси бўйича турли туман ва катта ёшдаги ҳамда, китобхон болаларга мўлжалланган бўлади. Маълумот нашрлари оқимида мўлжалга ола билиш, фактографик маълумотларга эга бўлган фактографик маълумот базалари ва бошқа электрон ресурслардан фойдалана билиш- кутубхона ва ахборот хизмати ходимларига қўйиладиган мажбурий талабдир.

Касбий фаолият учун характерли бўлган суровлар кўпроқ иқтисодий-статистик кўрсаткичларга, жихозлар ва материаллар таркибига, ташкилотлар ҳақидаги маълумотларга ва аниқ шахслар- муассаса раҳбарлари, олимлар, етакчи мутахассисларга тааллуқлидир. Бутун дунё кутубхоначиларини тақидлашларича китобхонлар талабларини умумий хажмида фактографик сўровларни хиссаси ортиб бормоқда. Шу билан бирга маълумотларни мазмуни мураккаблашиб бормоқда ҳамда уларни зудлик билан бажарилишига ва ишончлигига талаб ортиб бораётганлиги қайд этилган.

Қайд этиш кераки, фактографик хизматларга бўлаётган сўровларни ошиб бориши, бу сўровлар маълум бир қисмига ҳақ тўлаш имкониятларини мавжудлиги ҳамдир. Шунинг учун фактографик махсулотлар ахборот бозорида таклиф этилган биринчи тижорат махсулотлари хисобланади.

Вақт ўтган сари ахборот бозори кенгая бошлади, ахборот махсулотлари яратувчи марказлар ўзларини ҳолатларини яхшилаш бошладилар: ахборот хизматчиларини касбий маҳорати оша бошлади, технологияси ва ресурс базаси кенгайди, бу эса турли хил хизматларни

кўпайишига ва сифатини оширишга олиб келди. Ўзини асосий фаолияти ёки унга қўшимча сифатида фактографик хизматларни тақдим этувчи янги ташкилотлар пайдо бўла бошлади: телефон маълумотлари хизмати, ахборот хизмати агентликлари, оммавий ахборот редакциялари, янгилиулар агентликлари ва х.к.

Ахборот бозоридаги бундай рақобат ўз-ўзидан кутубхона ва ахборот муассасаларига таъсир кўрсатади. Улар аввало “тайёр” фактографик маҳсулотларни янада кўпроқ олишга ва зарур маълумотларни зудлик билан олиш учун Интернет ресурсларидан фаол фойдаланмоқдалар. Бундан ташқари улар мустақил равишда фактографик маълумот базаларини яратмоқдалар ва ўзларини фактографик маҳсулотларини яратмоқдалар.

Чет эллардаги оммавий кутубхоналарда ўнлаб мавзуларда доимий равишда фаоллаштириб борилувчи маълумот базаларига эга. Булар терминологик ва манзиллар базасидан тортиб меҳнат биржаси ҳақидаги базалардир.

Библиографлар фактографик маълумотномалар тайёрлашда анъанавий ва электрон маълумотнома нашрларидан фойдаланадилар. Булар эса тезда эскиради. Шунинг учун ҳам улар биринчидан, уларни мажбурий равишда қайд этиб ўтадилар (кутубхоналар томонидан тайёрланган барча маълумотнома ва қўлланмаларда кўрилган манбаларни қайд этиш мажбурий элемент ҳисобланади), иккинчидан, китобхонни диққатини маълумотномани чиққан йилига ёки вақтли матбуот орқали топилган маълумотларни эълон қилинган вақтига, ташкилотнинг веб-сайтини янгиланишига жалб этадилар.

Бошқача қилиб айтганда, кутубхоначи-библиограф янги маълумотнома нашрларни қўллаганлигига жавоб беради, лекин ундаги маълумотларни ишончлилигига жавоб бермайди.

Ахборот хизмати ишларида яна бир тенденция кўзга ташланмоқда. Анъанавий фактографик хизмат кўрсатиш бир маротабалик иш деб қаралар эди. Ҳозирда бу ишлар жорий иш деб қаралаёпти. Маълумотлар базаларини янги жихозлар ва материаллар, нархларни ўзгариши, етказувчи фирмалар

фаолияти ҳақидаги маълумотлар билан тўлдириш ишлари жараёни активлаштириш ва уларни зудлик билан ишлаб чиқарувчилар, лойихаловчилар, молия ва таъминот бўлимлари мутахассисларига етказиш амалга оширилаяпти. Қуйида баъзи бир фактографик махсулотларга характеристика бериб ўтамыз:

*Маълумотнома нашрлар.* “Тайёр” фактографик махсулотларни энг кўп тарқалган шакли бўлиб, анъанавий ва электрон маълумот нашрлари хисобланади.Кўпинча улар параллел равишда ҳам қоғоз орқали етказувчида ва электрон шаклда ( СД-РОМ, ДВД `тармоқ версияси)орқали нашр этилади.

*Адресли-фирмали* (махсулот-фирмали) маълумотномалар ва маълумотлар базаси аниқ бир ташкилот ва уни махсулотларига мўлжалланган бўлади. Улар учун маълумотларни танлаш мавзули, хронологик ва географик критериялар асосида амалга оширилади.Сифат критерияларидан фойдаланиш жуда кам қўлланилади.Қоюдага кўра бу нашрлар реклама-ахборот характерида бўлиб, асосан фирмаларни ўзи ҳақида ахборот бериш мақсадида шакллантирилади. Энг машхур маълумот нашрларига “Бизнес-карта”, “КОМПАСС “, “Желтые страницы», ва бошқалар кирди. Соҳалар ёки мавзули маълумотномалар тайёрлаш тенденциялари кучаймоқда, масалан, Болалар учун товарлар”, “Такси маршрутлари”, “ Шахардаги ресторанлар” ва х.к.

*Биографик* маълумотномалар ёки маълумотлар базаси у ёки бу регион ёки соҳани ривож учун катта хисса қўшган одамлар ҳақида ахборотларни тақдим этади. “Расмий“ биографик ахборотлардан ташқари, шахсий характеридаги маълумотлар: оиласи, хоббиси ҳам берилади. “Кто есть, кто в ...” (“....да ким қандай”) маълумотномаларида, маълумотлар имидж функцияси ҳам тарқатилади. Булар ҳозирги кунда барча йирик регионларда ва соҳа фаолиятларида кенг тарқалмоқда.

*Статистик* маълумотнома ва маълумотлар базалари давлат органлари томонидан тайёрланади ва маълумотнома ёки тақризий характеридаги турли



хил ахборот махсулотлари тайёрлаш учун жуда катта база вазифасини бажаради.

Нархлар ҳақидаги маълумотномалар ва бюллетенлар товар ва хизматлар учун жорий нархларни акс эттиради. Бундай турдаги маълумотномалар вақтли ва давомли нашр этилиши мумкин.

Интернет тармоғи орқали олиш мумкин бўлган универсал характердаги веб-сайт ва порталлар мавжуд. Мисол тариқасида, РУБРИКОН ([www.рубрисон.ру](http://www.рубрисон.ру)) ни кўрсатиш мумкин. Унда тарих, дин, мамлакатшунослик, санъат, иқтисод, техника, медицина, қишлоқ хўжалиги, шунингдек воқеалар ва янгиликлар календари, бошқа маълумотнома сайтларга йўналмалар берилган.

Илмий –оммабоп маълумотнома ресурсларига мисол сифатида Эдис ([www.едис.ру](http://www.едис.ру)), маълумотнома ресурсини кўрсатиш мумкин. Бу маълумотномада тарихга, мифологияга, нумизматикага, модага, ботаника, зоология, уй-рўзғор ва бошқаларга оид мақолалар берилган.

Кутубхона ва ахборот хизмати муассасалари Интернет тармоғидаги маълумотнома ресурслари ҳақидаги маълумотларни аниқлаш ва тўплашга қизиқадилар. Кейинчалик шулар асосида махсус йўлкўрсаткич-маълумотномалар ва уларда тармоқ орқали олиш мумкин бўлган луҳатлар, энциклопедиялар, маълумотномалар қайд этилади.

*Бизнес-маълумотномалар.* Бизнес-маълумотномалар турли хил ахборот-аналитик марказлар, консалтинг ва маркетинг агентликлари, товар-ишлаб чиқариш палаталари, тадбиркорлик ва бизнесни ривожлантиришни қўллаб-қувватловчи ассоциациялар томонидан тайёрланади. Бизнес-маълумотномалар фирма ҳақида тартиблаштирилган ахборот- потенциал ишбилармон ҳамкорлари ҳақида, инвесторлари, мимжозлари, рақобатчилари ва фирмани ишончилигини текшириб кўриш учун мўлжалланган бўлади. Бундай маълумотномаларни тайёрлашни манбалари турли хил агентликлар томонидан нашр этилган .ёки уларни ҳолати қайд этилан нашрлар ва маълумотлар базалари; турли хил ташкилотлар ва фирмаларни ҳолатини

хисобга олиш вазифасини бажарувчи давлат органларининг маълумот базалари, фирмаларнинг реклама материаллари, веб-сайтлари; оммавий ахборот воситалари ёки махсус нашрлардаги мақолалар ва маърузалар ва бошқалар бўлиши мумкин.

Бизнес-маълумотномалар талаб-жавоб, шунингдек абонемент хизмати шаклида бўлиши мумкин.

*Фактографик маълумот базалари.* Илмий ва таълим муассалари, лойиха уюшмалари ва ишлаб чиқариш ташкилотларида шахсий маълумотлар базаси ташкил этилади. Уларни вужудга келиши амалий жихатдан йирик кутубхоналарда атоқли маданият ходимлари, олимлар, сиёсатчилар, ҳудудий ишлаб чиқарувчилар ҳақида бўлади.

Ахборот хизмати муассасаларида энг кўп тарқалган ахборотлар фирмалар ҳақидаги маълумотлар базалари ҳамда жихозлар ҳақидаги маълумотлари яратиш бўлиб қолмоқда. Бундай маълумотлар базалари аниқ мутахассисларга мўлжалланган бўлиб, бозорни таҳлил қилиш учун зарур бўлган жихозларни характеристикаси ва параметрлари, ўзига хос томонлари қайд этилган бўлади.

Комплексли ахборот тадбирларига: кўргазмалар, тақдимотлар, ярмаркалар, ахборот кунлари, мутахассис кунлари, бизнес-семинарлар, конференциялар, давра суҳбатлари, қизиқиш клублари ( масалан, ўлкашунослик, тарихий, поэзия, бизнес-клублар) ва бошқа тадбирлар киради. Кутубхоначилик хизмат кўрсатиш амалиётида бу тадбирлар анъанавий жихатдан амалий тадбирлар гуруҳига кирар эди. Кейинги йилларда бу йўналишни аниқлаштириш учун қуйидаги тушунчалардан фойдаланилмоқда: илмий-техника тарғиботи, маданий-маърифий, реклама фаолияти, аналитик-коммуникатив фаолият ва бошқалар.

Юқоридаги тадбирларни тайёрлаш ва ўтказишда, уларни турли хил функциялари ҳамда ижтимоий технологияларни аниқлаш учун турли терминологик атамалардан фойдаланиш кузатилмоқда. Ҳақиқатдан ҳам улар биринчидан, кутубхона ва ахборот хизмати органлари томонидан ўз

фойдаланувчиларини ахборотга бўлган талабларини кондиритиш мақсадидаги хизмат турларидир. Иккинчидан, бу тадбирлар, ахборот муассасаси ташаббуси билан ташкил этилаётгани, улар муассаса фонди, хизмати, имиджини шакллантиришга қаратилганлиги учун реклама фаолиятини ҳам бажаради.

Учинчидан, улар ташкилотчи ва тадбир иштирокчиси сифатида ўзи ҳақидаги маълумот бериш имкони бўлганлиги учун, ишбилармонлик алоқаларини ўрнатиш ва уларни мустахкамлаш имконига эгадирлар.

Тўртинчидан, улар мураккаб модел структурасига эгадир. Чунки, кўرғазмалар дастури ўз ичига тақдимотларни, конференция, давра суҳбатларини олади. Конференция ўтказиш эса, ўз навбатида кўрғазмалар ва бошқа тадбирларни ташкил этиш билан қўшиб олиб борилади. Буларни ҳаммаси ушбу хизмат кўрсатиш гуруҳини комплексли ахборот тадбирлари деб аташ имконини беради.

### **2.3. Ахборот бозори субъектлари ва ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқарувчилар**

Мамлакатимизда ахборот бозори XX асрнинг 80-йиллар охирига келиб шакллана бошлади. Ахборот маҳсулотларини тайёрловчи ва хизматларни амалга оширувчи ташкилотлар: кутубхоналар, ахборот марказлари ва бошқа ташкилотлар, жуда секинлик ва катта қийинчиликлар билан янги иқтисодий шароитда фаолият юритишга мослаша бошладилар. Фақат кейинги йиллардагина (XXI аср бошларидан бошлаб) ушбу ташкилотлар ўзларини ахборот бозорини субъектлари сифатида сеза бошладилар.

Ахборот бозорини асосий субъектлари истеъмолчилар (фойдаланувчилар) ва ахборот маҳсулотларини яратувчилар ҳисобланади. Уларни ўрганиш, ахборот бозорида мўлжалга олиш, ахборот хизматини сифатини ошириш, фаолиятни самарали ташкил этиш учун зарурдир. Шунинг учун қуйидагилар ишлар амалга оширилиши керак:

◆ рақобатчиларни аниқлаш ва тавсия этилаётган ахборот маҳсулотлари ва хизматларини таҳлил қилиш;

- ◆ мижозлар ва потенциал инвестрларни қидириш;
- ◆ қиммат турувчи ва кўп меҳнат сарф этиш талаб қилинадиган ахборот маҳсулотлари ва хизматларини тайёрлаш учун ишбилармон ҳамкорларни топиш;
- ◆ бозорда мавжуд бўлган тайёр ахборот маҳсулотни олиш (ҳозирги кунда тайёр ахборот маҳсулотини олиш, уни мустақил равишда тайёрлашдан фойдалироқдир).
- ◆ сифати ва нархи бўйича бозор талабларига жавоб берувчи ўзини рақобатбардош ахборот маҳсулотини ишлаб чиқиш;
- ◆ ўзини ахборот маҳсулоти ва хизматини тарқатиш, яъний фойдаланувчиларга етказиб бериш.

Юқорида кайд этилган сабаблар ахборот бозорида доимий равишда бўладиган ўзгаришларни кузатиб бориш зарур бўлган амалий сабаблардир. Шу билан бирга ижтимоий-психологик сабаблар ҳам мавжуд.

Узоқ йиллар мобайнида жамиятда ахборот хизматини амалга оширувчилар деб, кутубхоналар ва ахборот хизмати органлари деб қараш анъанаси ҳуқумрон эди. Уларга истеъмолчилар, зарур бўлган ахборотни олиш учун мурожаат қилар эди. Кутубхона ва ахборот ходимлари ҳам касбий ёрдамни фақат турли даражадаги ва ҳар хил идораларга бўйсунувчи кутубхоналар ва илмий-ахборот органларида ишловчи ўзларини ҳамкасабаларидангина олишлиги мумкинлигини билар эдилар.

Замонавий жамиятда ахборотни роли ошиб бораётганлиги, унга бўлган талабни ошиб бориши, уни сотиш ва ахборот маҳсулотларини ассортиментини кенгайтиришдан тижорат фойдаси олиш мумкинлигини тушуниб етилиши, аҳвони бутунлай ўзгартириб юборди. Буни натижасида ахборот бозорида кўплаб миқдордаги ҳар хил ташкилотлар фаолият кўрсатаёпти ва улар ўзларининг ранг-баранг ахборот маҳсулотлари ва хизматларини тақдим этмоқдалар.

Ҳеч бир кутубхона ёки ахборот хизмати органи ахборот бозоридан ташқарида фаолият кўрсата олмайди. У ёки бу ҳолатда уларнинг

хизматчилари тайёр ахборот махсулотларини олиш зарурияти билан тўқнашадилар. Фондни комплектлаш учун адабиётларни сотиб олиш анъанавий йўналишлардан биридир. Маълумотлар базаси, дастурий таъминотларни сотиб олиш муаммолари тез-тез пайдо бўлмоқда. Аналитик ахборот махсулотларини сотиб олиш камроқ, лекин долзарб бўлиб қолмоқда. Бу ҳолатларда энг қизиғи асосий муаммо молиявий ҳолат эмас, балки сифатли товар харид қилиш бўлиб қолмоқда.

Маълумки ҳар қандай махсулотни сифати уни ишлаб чиқарувчисига: уни касбий билимдонлигига, ресурс базасига, иш тажрибасига ва бошқа кўплаб факторларга боғлиқ. Ахборот махсулотларига бу боғлиқлик алоҳида аҳамият касб этади. Шундай қилиб, тайёр ахборот махсулотини олиш кутубхона ва ахборот хизматида махсулотни ўзини эмас, балки уни ишлаб чиқарувчиларни танлаш муаммосини ҳал қилишни қўймоқда. Шунинг учун ахборот бозоридаги асосий “ўйинчиларни” ўрганиш касбий ахборот фаолиятини ажралмас қисми бўлиб қолмоқда.

Ахборот бозорида фаолият кўрсатувчи ташкилотлар- ишлаб чиқарувчиларни асосий фаолияти профили бўйича қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин:

- бирламчи ахборот оқимида илгари бўлмаган бирламчи ҳужжатларни, ахборот махсулотларини яратувчи марказлар (Олий таълим муассасалари, илмий-текшириш институтлари, дастурий таъминот билан шуғулланувчи фирмалар, студиялар ва бошқалар).

- Ахборот ресурсларини тупловчилар, маълумотлар базасини генераторлари –марказлар (буларга ёрқин мисол сифатида библиографик маълумотлар базаларини яратувчи ташкилотлар: ВИНТИ, ИНИОН. РКП;

- фактографик маълумотлар базасини тайёрловчи ташкилотлар: “Интернорд Компасе”, ахборот тижорат маркази “Внешняя связь”, “СИ.ПИ.Уай. Уеллоу Пейджес Ли-митед”; компанияси; тўлиқ матнли маълумотлар базасини тайёрловчи ташкилот: ахборот –ҳуқуқий консорциум “Кодекс” ва бошқалар).

- ахборот ресурсларини сақловчи марказлар (кутубхоналар, музейлар, архивлар);
- истеъмолчиларни охирги талаблари асосида ахборот ресурсларини аналитик қайта ишловчи марказлар (ахборот-аналитик ва маркетинг агентликлари).

Асосий фаолият профили ахборот бозоридаги ўзгаришларга қараб доимий равишда ўзгариб туради. Шунинг учун ҳам кўпинча уларни асосий фаолият соҳасини аниқлаш қийин бўлади, чунки ташкилот ҳақиқий ҳаётда бир нечта йўналишда иш олиб боради. Масалан, кутубхоналар ахборот ресурсларини сақлашни амалга оширади, фойдаланувчиларга ундан фойдаланишни амалга ошириш учун шароит яратади ва шу билан бирга шу база асосида янги ахборот махсулотини тайёрлайди.

Маълум бир даражада ташкилотнинг ахборот махсулотлари ва хизматлари, уларни ассортиментларини бойлиги, унда ишловчи хизматчилар сонига ҳам боғлиқдир. Ахборот фирмаларида учтадан бир неча юз кишигача ишлаши мумкин. Шу билан бирга ахборот бозорида қайси даврдан бошлаб фаолият кўрсатиши ҳам муҳим аҳамиятга эгадир.

Ахборот махсулотлари тайёрлаш ишлари билан бугунги кунда нафақат ахборот муассасалари, балки бошқа ташкилотлар ҳам шуғулланмоқда. Лекин уларни бу фаолияти асосий фаолиятга қўшимча сифатида амалга оширилмоқда. Масалан Россиядаги “Деловая Петербург” газетаси газетага қўшимча сифатида “Бизнес Без Проблем” сериясини чиқармоқда. Унда Санкт-Петербург ва Ленинград вилояти бўйича қурилиш объектлари ҳақида ахборот берувчи “Строительные вести” бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортилиш масалалари “Бухгалтерские вести”, менеджерлар ва кадрлар бўлими раҳбарлари учун “Персонал” каби алоҳида нашрлар чоп этилмоқда.

## 2 – боб бўйича қисқача хулоса

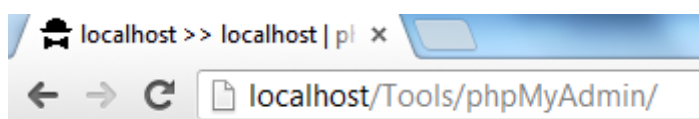
Ахборот бозорини асосий субъектлари истеъмолчилар (фойдаланувчилар) ва ахборот махсулотларини яратувчилар ҳисобланади.

Уларни ўрганиш, ахборот бозорида мўлжалга олиш, ахборот хизматини сифатини ошириш, фаолиятни самарали ташкил этиш учун зарурдир.

## 3-БОБ. Маълумотлар базаси яратиш ва веб саҳифада акс эттириш

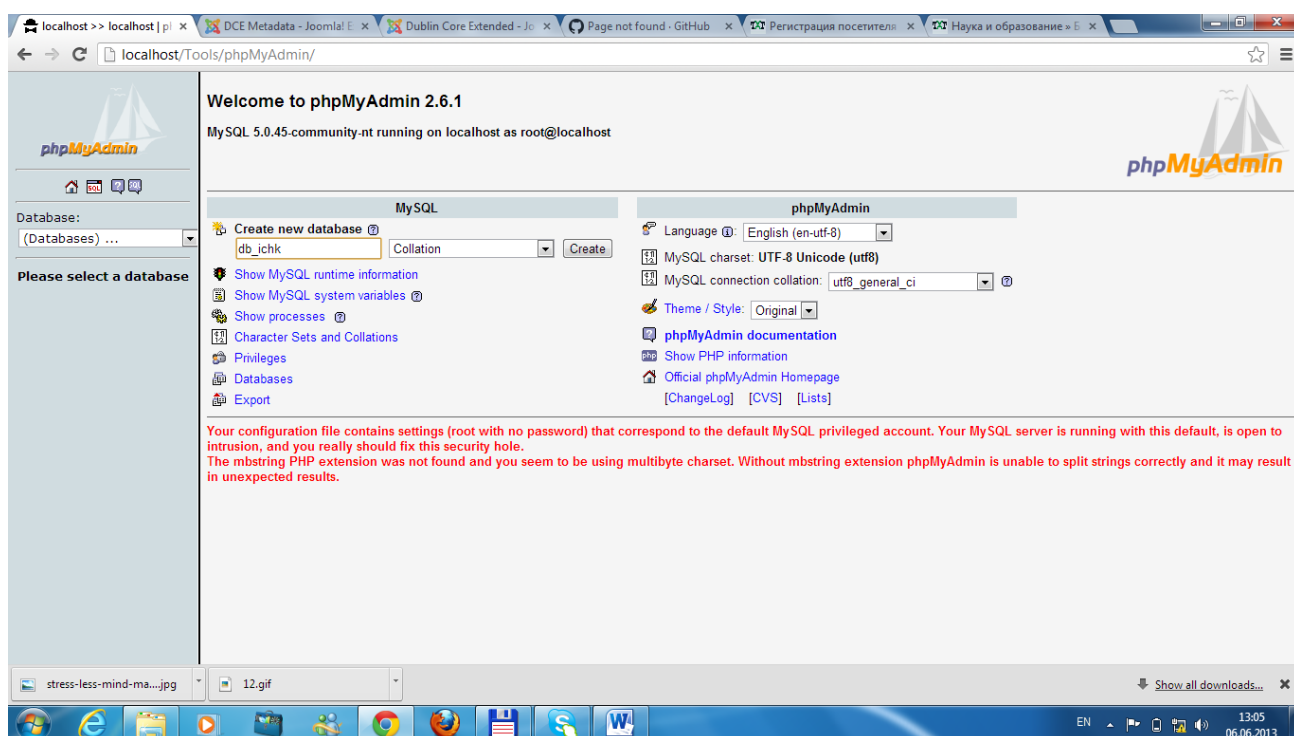
### 3.1. Маълумотлар базаси яратишдаги дастурий кўринишлар

Ҳозирги кунда барча дастурлар учун маълумотлар базаси яратилади. Бизнинг дастурий комплексда ҳам маълумотлар базаси муҳим рол ўйнайди. Биз маълумотлар базаси яратиш учун MySQL дан фойдаландик. Бунинг учун биринчи навбатда Серверни ишга тушириб маълумотлар базасига мурожаат қиламиз.



3.1 - расм. Маълумотлар базаси мурожаат

Бундан кейин қуйидаги ойнага эга бўламиз.



3.2 - расм. Маълумотлар базаси яратиш

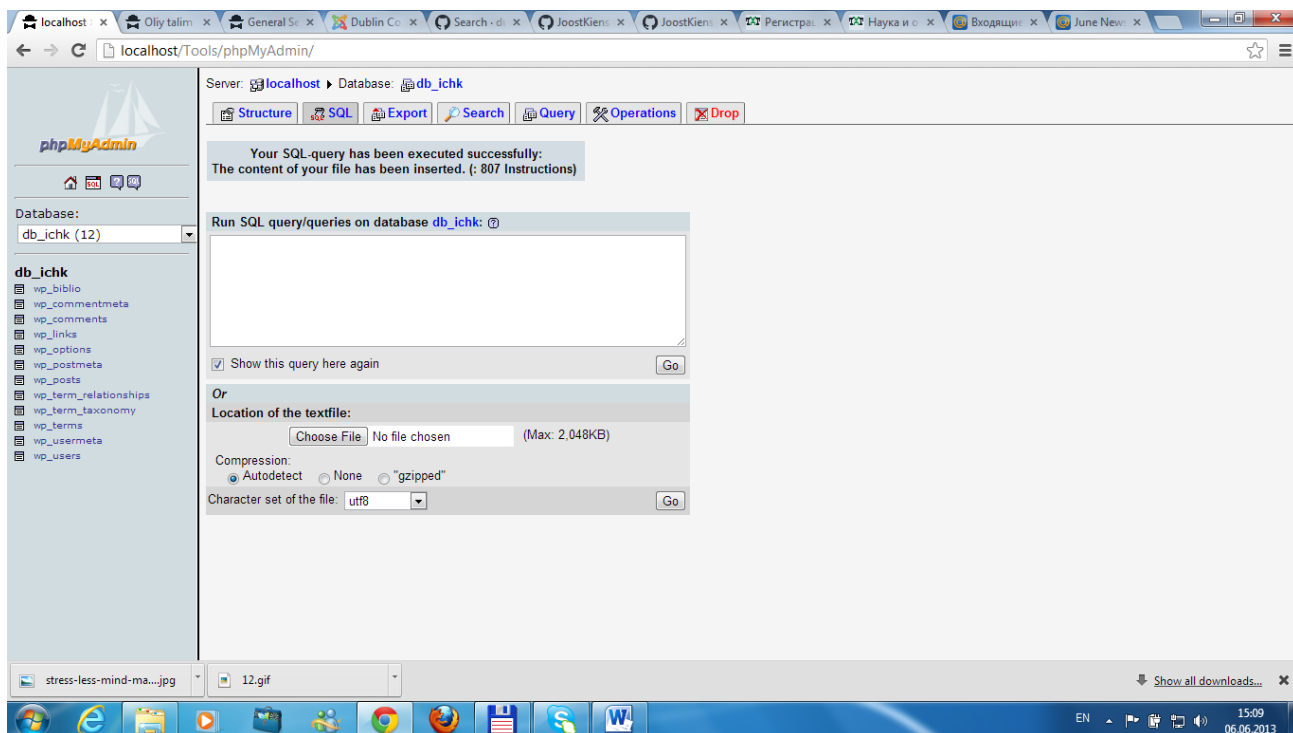
Бундан кейин маълумотлар базасига ном бериб дастуримиз учун махсус маълумот база яратиш оламиз. Ундан қуйидаги ойна ҳосил бўлади.





3.3 - расм. Маълумотлар базаси учун жадвал яратиш

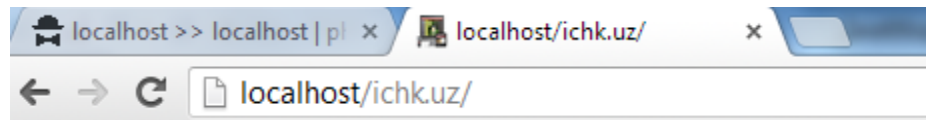
Юқоридаги ойнадан жадваллар яратамиз ва жадвалларни зарурий маълумотлар билан тўлдираемиз.



3.4 - расм. Маълумотлар базасига маълумот киритиш

## 3.2. Маълумотлар базаси ва веб саҳифани боғлаш

Дастурни ишга тушириш учун сервер ишлаб турган пайтда браузернинг манзил киритиладиган қисмига дастур номи ёзилиб ишга туширилади.



3.5 - расм. Дастурга мурожаат

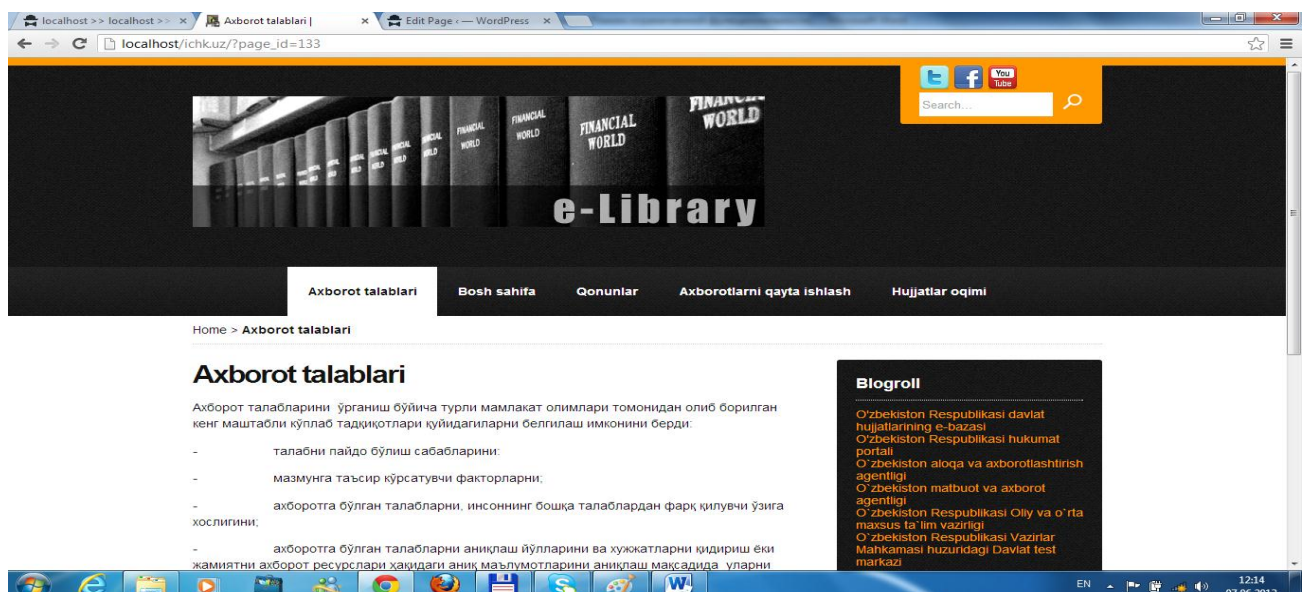
Дастурий комплексни ишга туширишда энг аввало веб браузер орқали ишга тушираемиз. Чунки биз яратган маълумотлар базаси веб браузер билан боғлана олади. Бунинг учун бизга дастуримиздаги config.php файли ёрдам беради. Асосий эътибор маълумотлар базаси билан боғланишни ўрнатиш, сўровлар жўнатиш функциялари ва жавобларни (mysql\_connect, mysql\_query, mysql\_result, mysql\_num\_rows, mysql\_close) қайта ишлашга қаратилади. Шундай экан бизнинг config.php файлимизда қуйидагича код ёзилган.

```
<?php
```

```
mysql_connect ('localhost', 'root', '') or die ('localhostga ulanolmadi');
```

```
mysql_select_db('arm') or die ('ma'lumotlar bazasiga ulanolmadi');
```

```
?>
```



3.6 - расм. Дастурнинг бош саҳифаси

### 3.3. Фойдаланувчилар учун қўлланма

Шундай қилиб қуйида бизга бош саҳифа менюси акс эттирилган.



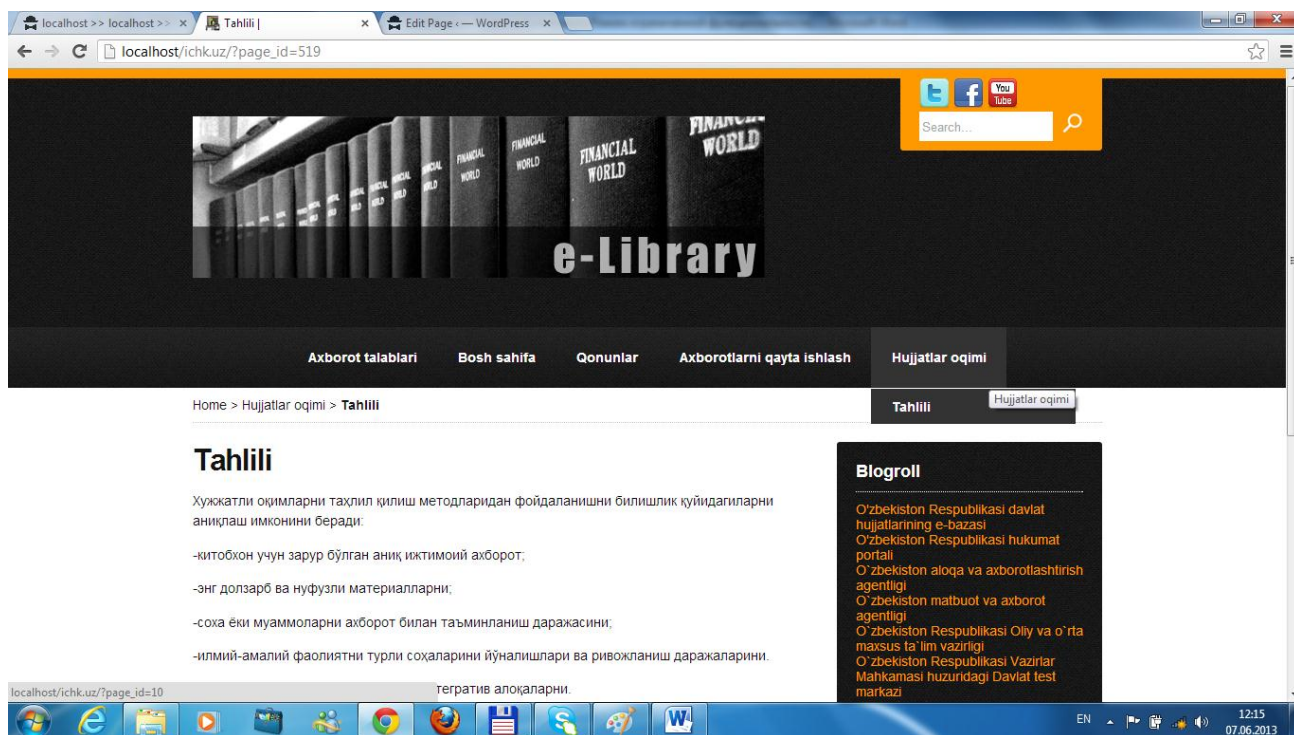
3.7 - расм. Дастурнинг бош саҳифаси

Қуйида ахборотни қайта ишлаш бўлими ҳақида сўз юритилган.

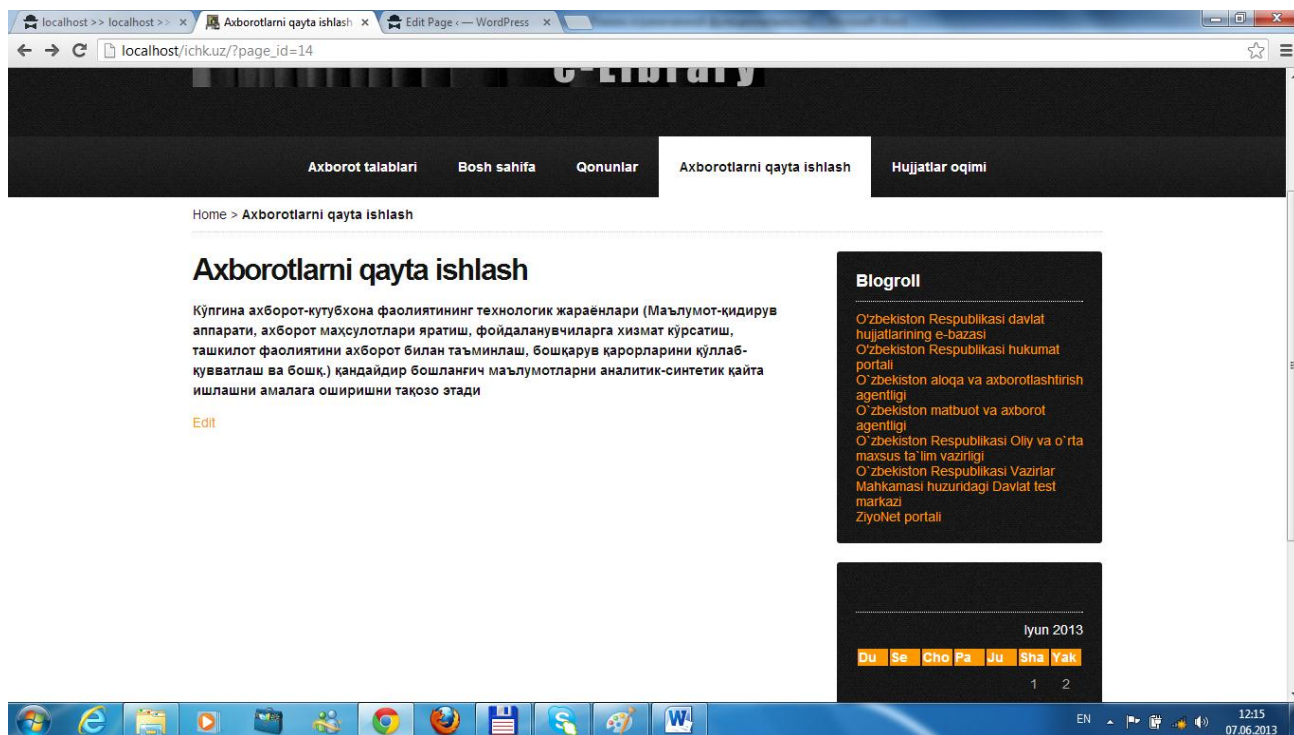


3.8 - расм. Дастурнинг бош саҳифаси

Бу саҳифада ҳужжатлар оқими ҳақида ва ҳужжатлар таҳлили ҳақида фикрлар юритилган.



3.9 - расм. Дастурнинг бош саҳифаси



3.10 - расм. Дастурда ахборот ишлаб чиқувчи ташкилотларга мурожаат саҳифаси

### 3 – боб бўйича қисқача хулоса

Бу боб бўйича хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкинки, бунда биз дастурий комплекслар яратилиши, уларнинг маълумотларлар базалари, уларнинг кўринишлари ҳақида сўз юритганмиз ва фойдаланувчилар ўзларига қўлланма қилиб фойдаланишлари мумкин.

## 4 – БОБ. Ҳаёт фаолияти ҳавфсизлиги

### 4.1. Чангнинг зарарли таъсири

Машинасозлик саноатида чангнинг ҳосил бўлиши қуймалами тозалаш ва кесиш, чархлаш, маҳсулотга сайқал бериш ва силлиқлаш, деталлами қум оқими билан тозалаш ишларини бажарганда ҳосил бўлади.

Ишлаб чиқариш чангининг ишчилар саломатлигига зарарли таъсири кўп омилларга боғлиқ бўлади. Уларга биринчи навбатда чанг зарраларининг физик-кимёвий хоссалари, катталиги ва шакли, ҳаводаги чангнинг миқдори, смена давомида таъсир этиш муддаати ҳамда касбда ишлаш даври, муҳит ва меҳнат фаолияти каби бошқа омилларнинг бир вақтда таъсир этиши киради. Масалан, ташқи ҳарорат кўтарилганда ёки киши жисмоний меҳнат билан шуғулланганда тез-тез нафас олиш натижасида организмга чанг кириш даражаси ошади. Бир вақтда чанг таркибида радиоактив аерозолларнинг бўлиши ва ҳаводаги бошқа газлар таъсири чангнинг организмга зарарли таъсирини кучайтиради. Организмнинг чанг таъсирига кўрсатган зарарланишида шахсий фарқланиш бўлади, бу нафас йўллариининг филтрлаш хусусияти, биологик қаршилиқ ва бошқаларга боғлиқ.

Чанг ажралишнинг гигиеник таъсиридан ташқари яна бошқа салбий томонлари бор: у технологик жиҳозларнинг емирилишини тезлаштиради, қимматбаҳо материалларни ишдан чиқариб иқтисодий зарар етказади. Бундан ташқари ишлаб чиқариш муҳитининг умум санитария ҳолатини ёмонлаштиради, жумладан, дераза ва ёритувчи асбобларни ифлослантириши оқибатида ёруғликни камайтиради. Чангнинг баъзи турлари, масалан, кўмир, ёғоч чанглари ёнғин ва портлашнинг юзага келишига шароит яратади.

Чангламинг кимёвий таркиби ва эрувчанлиги, чангларнинг катта-кичиклиги (дисперслиги), заррачаларнинг шакли, уларнинг қаттиқлиги тузилиши (кристалл, аморф), электр зарядланиш хоссалари организмга

таъсир қилишда аҳамиятга моликдир.

Чангларнинг организмга таъсирининг кўп хил кўринишда бўлишини уларнинг кимёвий таркиби белгилайди. Чангнинг асосий таъсири, энг аввало, нафас олганда вужудга келади. Чангли ҳаво билан нафас олиш асосан нафас оиганларининг зарарланиши: бронхит, пневмо- кониоз ёки умумий зарарланиш (захарланиш, аллергия) ривожланишини вужудга келтириши мумкин. Баъзи бир чанглар қўшимча касалликлар туғдириш хусусиятига эга. Чангнинг бу асосий бўлмаган таъсири юқори нафас йўллари, кўзнинг шиллиқ қавати, тери қоплами касалликларида ко'зга ташланади. Чангнинг ўпка йўлига кириши пневмония, сил, ўпка ракиннинг келиб чиқишига шароит яратиши мумкин.

Кремний (ИИ) оксид (айниқса, унинг кристалл тури), силикатлар (кремний кислотасининг тузлари), кўмир, баъзи бир металллар (алюминий ва бошқалар) нинг чанглари ҳамда ҳар хил чанглар аралашмаси масалан, минерал-металлар чангларининг аралашмаси, пневмокониоз ривожланишида кимёвий таркибига кўра хавфли бўлади. Бу чанглар амалда эримайдиган боииб, нафас олганда нафас тизимининг чуқур бўлимларида тутилиб қолади ва касалликни юзага келтиради, ўпкада бириктирувчи тўқималарини ривожланишига олиб келади. Шу нуқтайи назардан эркин кристалл кремний (ИИ) оксиди, яъни кварс чанги ва унинг бошқа турлари энг хавфли чанг ҳисобланади. Қўшимча касаллик туғдирувчи чангламинг хавфлилиги уламинг эрувчанлиги билан тўғри пропорционал бўла олмайди. Масалан, кварсга қараганда аморф кремнийнинг эрувчанлиги юқори, лекин кварснинг қўшимча касаллик туғдирувчи хавфи катта.

Ерийдиган чанглар нафас йўлларида тутилиб сўрилади ва қонга ўтади, оиганизмга кўрсатадиган кейинги таъсири уламинг кимёвий таркибига боғИиқ. Масалан, қанд чанги зарарсиз, кўрғошин, мис ва бошқа металламинг чанги захарловчи таъсир кўрсатади.

Чангламинг катта-кичиклиги, уламинг ҳаводаги турғунлиги, нафас

йўлларига кириш ва қанча чуқурликка кириб бориш имкониятини белгилайди. 10—20 мкм катталиқдаги заррачалар Нютон қонунига бўйсинган ҳолда ерга тортилиш кучи таъсирида маълум тезлик билан ерга қўнади. Нафас олинганда улар нафас йўлларининг юқори қисмларида ушланиб қолади. Микроскопик тавсифдаги заррачалар (0,25—10 мкм) ҳавода анча турғун бўлиб, бир хилда тезлик билан ерга тушади. Нафас олганда алвеолларга уларнинг асосан 5 мкм гача катталиқдаги заррачалари киради. Ультра микроскопик заррачалар катталиги 0,25—0,1 мкм ва ундан кичик бўлган заррачалар Броун ҳаракати қоидаларига бўйсинган ҳолда ҳавода узоқ вақт айланиб юради. Уларнинг бир-бирлари билан тўқнашишлари натижасида йириклашиб (коагулятсия), ерга қўниши мумкин. Нафас олинган ҳаводаги ультра микроскопик заррачаларнинг 60—70% и ўпкада ушланиб қолади. Бу заррачаларнинг физик- кимёвий активлигини белгилайдиган солиштирма юзасининг катта бўлишига қарамай, чангли шикастланишларнинг ривожланишида ҳал қилувчи рол ўйнамайди, чунки уларнинг массаси катта бўлмайди. Моддалар жуда юқори даражада майдаланганда уларнинг эрувчанлигининг ортиши

Чанг зарраларининг шакли ҳар хил бўлиши мумкин: сферик, ясси, нотўғри. Аерозоллар ҳосил бўлишида чанг зарралари миқдорининг кўп қисми думалоқ шаклга эга бўлади. Дезинтегратсия аерозолларида эса нотўғри, кўп бурчакли, ясси шаклда бўлади. Заррачаларнинг шакли аерозолнинг турғунлигига ва организмдаги ҳолатига таъсир этади. Четлари ўткир тишли чанг заррачалари ўпка тўқималарини жароҳатлайди деган тушинча нотўғри эканлиги исботланди, чунки улар ёпишқоқ лимфа муҳитида бўлади, бу уларнинг юқорида айтиб ўтилган хислатлардан маҳрум қилади. Бироқ шиша тола, слюда каби чанг турлари нафас йўлларига кирганда юқори нафас йўллари ҳужайраларини микро зарарлаш хавфи аниқ бўлади. Улар кўзнинг шиллиқ қаватини ва терида таъсир кўрсатишлари мумкин.

Чанг зарраларининг қаттиқлиги уларнинг зарарли таъсирида айтарли



рол ўйнамайди. Масалан, корунд ва карборуундга ўхшаш жуда қаттиқ моддаламинг чанги улардан анча юмшоқ бўлган кварс чангига нисбатан кам зарарлидир.

Чанг заррачаларининг электр билан зарядланган бўлиши аерзолламнинг туиғунлигига ва унинг биологик активлигига таъсир қилади. Қаттиқ материалларнинг чангиши вақтида чанг заррачаларининг 90—98% и мусбат ёки манфий зарядланади. Анча йирик заррачалар кўп зарядли бўлади.

Чанг зарраларининг адсорбсион хусусиятлари баъзида таъсирлаш хусусиятига эга бўлган захарли газсимон моддаламинг чанг билан киришига сабаб бўлади. Ҳаво муҳитининг чангли бўлиши, уни микроб ва бактериялар билан кўп уруғланишига сабаб бўлади.

Чангнинг зарарли таъсири пневмокониозлар деб аталувчи касб касаллигига олиб келади. Улар силикоз, силикатоз ва бошқа шакллаиға ажралган. Силикоз—еркин кремний (ИИ) оксиди чангининг таъсиридан ривожланадиг<sup>н</sup> пневмокониознинг кўп учрайдиган ва характерли шаклидир. Силикатоз—кремний кислота тузларининг чанги нафас олиш йўллариға кирганда вужудға келади, антракозкўмир чанги билан нафас олганда вужудға келадиган пневмокониоздир. Шунингдек, нафас олиш органлариға баъзи бир металлларнинг, масалан, алюминий, темир, аралаш таркибли чанглар кирганда ҳам пневмокониоз ривожланиши мумкин.

Чангли ҳаво билан нафас олганда анча йирик чанг зарралари юқори нафас йўлларида ушланиб қолади, асосан 5 мкм ва ундан кичик бўлган чанг зарралари нафас йўллариининг чуқур бўлимлариға тушади. Организмда ушланиб қолган чанглар миқдори чуқур<sup>^</sup> нафас олганда, масалан, оғир иш қилганда, шунингдек, ҳаводаги чанг миқдори ортиб кетганда кўпаяди.

Силикоз жуда чангли шароитда одатда кўп йил, кўпинча оғир жисмоний иш бажарганда ривожланади. Бу касаллик тоғ\* ишчиларининг касб касаллиги бўлиб, қадимдан маълум.

Силикоз касаллиги ҳаллослаш, йўтал, кўкракда оғриқ бўлишидан бошланади. Авалги босқичларда бу белгилар кам сезилади, ҳаллослаш фақат жисмоний иш бажарганда пайдо бўлади. Касаллик кучайган даврда нафас етишмаслиги ва ҳаллослаш оддий ишларни бажарганда ва ҳатто тинч ҳолатда ҳам рўй беради.

Ишлаб чиқаришдаги чанг фақат пневмокониознинг юзага келишига сабаб бўлмай, балки нафас йўллари, тери ва шиллик қаватнинг бошқа касалликларини ҳам келтириб чиқаради. Буларга тери хужайраларининг кўчиши, ҳар хил тошмалар, экзема, дерматитлар киради.

#### 4.2. Чангга қарши кураш чора-тадбирлари

Чанг касалликларининг олдини олиш мақсадида қуйидаги чора-тадбирлар амалга оширилади:

қонуний тартибдаги чоралар;

чангнинг ҳосил бомиши ва тарқалишига қарши чора-тадбирлар;

шахсий муҳофаза чора-тадбирлари.

Ўзбекистон Республикаси меҳнат қилиш қонунлари Кодексига асосан, ишлаб чиқариш чангларининг таъсири бўлиши мумкин бўлган ишга киришдан олдин тиббиёт кўригидан ўтказилади. Ўпка сили ва унинг ўпкадан ташқаридаги турлари, юқори нафас йўллари ва бронхлар касаллиги, юрак-томир тизимининг органик касалликлари ва бошқалар билан оғриган кишилар чангли ишларга қабул қилинмайдилар.

20 ёшгача бўлган шахслар чангли ишларга қўйилмайдилар, чунки пневмокониоз ёшларда тезроқ ривожланади ва катталардагига нисбатан оғirroқ ўтади.

Умуман саноат корхоналари, хоналари ва сеҳлари ҳаво муҳитидаги чанглар бу зоналарда ишлаётганлар соғиингига хавф солмаслигини таъминлаш мақсадида чанг миқдорининг йўл қўйиладиган охириги даражаси (ЙҚОД) санитар-гигиеник меъёрлари белгиланган ҳужжатлар мавжуд. Энг кўп тарқалган ва хавфли чангларнинг ЙҚОД и СН 245-71 ва ГОСТ 12.1.005-

76 «Ишчи зонасини ҳавоси. Умумий санитария-гигиена талаблари» да келтирилган.

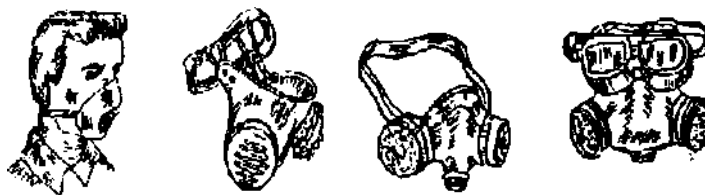
Чангнинг ҳосил бўлиши ва тарқалишига қарши курашда технологик чора-тадбирлар энг самарали бўлади. Бунда қўлда бажариладиган ишлар автоматик усулларга ўтказилади, жиҳозларнинг зич ёпилганлиги оширилади, маълум масофадан туриб бошқариш тизими жорий этилади.

Машинасозлик саноатида куймалами қум оқими билан тозалашни сув сочмаси билан аралаштириш ёки сув билан тозалашга алмаштириш, кислоталар ёрдамида тозалаш силикоз хавфини бутунлай йўқотади. Ўтга чидамли маҳсулотлар саноатида кварс ва динас ашёларини магнезийга алмаштириш туфайли силикознинг юзага келиш ирхқонияти камаяди. Баъзи бир ишлаб чиқаришларда порошоклар ўмига маҳсулотларни доналар ва паста шаклида ишлаб чиқариш чанг ажралиш жараёнларини кескин камайтиради ёки бутунлай йўқотади.

Шахсий муҳофаза қуроллари-респираторлар, тоза ҳаво юбориб туриладиган махсус шлемлар ва скафандрлар технологик ва бошқа тавсифдаги энг асосий умумий чоралар билан иш хонасидаги ҳавонинг чанглилигини пасайтириш имкони бўлмаган ҳолларда қўлланилади. «Лепесток» респиратори (4-расм) кенг тарқалган бўлиб, бунда нафас олинадиган ҳаво махсус сунъий толадан тўқилган (ФПП) қатлами орқали филтрланади. У жуда самарали бўлиб (респираторда ишлатилган газмол турига қараб 98 дан 99,9%), нафас олишга деярли қаршилик қилмайди (2—3 мм сув устун), енгил ва фойдаланишга қулай.

Бошқа респираторларда филтр орқали фақат нафасга олинадиган ҳаво ўтади, чиқарилган нафас махсус клапан орқали чиқади. Шундай респираторлардан энг яхшиси «Астра-2» (4-расм), унда ҳам филтрловчи газмол сифатида ФПП хизмат қилади. Баъзи бир ишларда масалан, қум оқими билан тозалашда, шлемларскафандрлар ёки костюмлар қўлланилиб ишчиларнинг нафас олиш зоналарига тоза ҳаво юбориб турилади. Тоза ҳаво

махсус шланглар орқали шлём тагига юборилади, шланглар белга боғланади ва берилган ҳавони миқдорини бошқариш учун клапанга эга бўлади.



расм. Респиратор турлари

## Хулоса

Мамлакатимизда ахборот бозори XX асрнинг 80-йиллар охирига келиб шакллана бошлади. Ахборот махсулотларини тайёрловчи ва хизматларни амалга оширувчи ташкилотлар: кутубхоналар, ахборот марказлари ва бошқа ташкилотлар, жуда секинлик ва катта қийинчиликлар билан янги иқтисодий шароитда фаолият юритишга мослаша бошладилар. Фақат кейинги йиллардагина (XXI аср бошларидан бошлаб) ушбу ташкилотлар ўзларини ахборот бозорини субъектлари сифатида сеза бошладилар.

Ахборот бозорини асосий субъектлари истеъмолчилар (фойдаланувчилар) ва ахборот махсулотларини яратувчилар ҳисобланади. Уларни ўрганиш, ахборот бозорида мўлжалга олиш, ахборот хизматини сифатини ошириш, фаолиятни самарали ташкил этиш учун зарурдир.

Узоқ йиллар мобайнида жамиятда ахборот хизматини амалга оширувчилар деб, кутубхоналар ва ахборот хизмати органлари деб қараш анъанаси ҳукумрон эди. Уларга истеъмолчилар, зарур бўлган ахборотни олиш учун мурожаат қилар эди. Кутубхона ва ахборот ходимлари ҳам касбий ёрдамни фақат турли даражадаги ва ҳар хил идораларга бўйсунувчи кутубхоналар ва илмий-ахборот органларида ишловчи ўзларини ҳамкасабаларидангина олишлиги мумкинлигини билар эдилар.

Замонавий жамиятда ахборотни роли ошиб бораётганлиги, унга бўлган талабни ошиб бориши, уни сотиш ва ахборот махсулотларини ассортиментини кенгайтиришдан тижорат фойдаси олиш мумкинлигини тушуниб етилиши, аҳвони бутунлай ўзгартириб юборди. Бунини натижасида ахборот бозорида кўплаб миқдордаги ҳар хил ташкилотлар фаолият кўрсатаяпти ва улар ўзларининг ранг-баранг ахборот махсулотлари ва хизматларини тақдим этмоқдалар.

Бутун дунё кутубхоначиларини таъкидлашларича китобхонлар талабларини умумий ҳажмида фактографик сўровларни ҳиссаси ортиб бормоқда. Шу билан бирга маълумотларни мазмуни мураккаблашиб

бормоқда ҳамда уларни зудлик билан бажарилишига ва ишончлигига талаб ортиб бораётганлиги қайд этилган.

Фактографик хизматларга бўлаётган сўровларни ошиб бориши, бу сўровлар маълум бир қисмига ҳақ тўлаш имкониятларини мавжудлиги ҳамдир. Шунинг учун фактографик махсулотлар ахборот бозорида таклиф этилган биринчи тижорат махсулотлари ҳисобланади.

Вақт ўтган сари ахборот бозори кенгая бошлади, ахборот махсулотлари яратувчи марказлар ўзларини ҳолатларини яхшилаётган бошладилар: ахборот хизматчиларини касбий маҳорати оша бошлади, технологияси ва ресурс базаси кенгайди, бу эса турли хил хизматларни кўпайишига ва сифатини оширишга олиб келди. Ўзини асосий фаолияти ёки унга қўшимча сифатида фактографик хизматларни тақдим этувчи янги ташкилотлар пайдо бўла бошлади: телефон маълумотлари хизмати, ахборот хизмати агентликлари, оммавий ахборот редакциялари, янгиликлар агентликлари ва х.к.

Ахборот бозоридаги бундай рақобат ўз-ўзидан кутубхона ва ахборот муассасаларига таъсир кўрсатади. Улар аввало “тайёр” фактографик махсулотларни янада кўпроқ олишга ва зарур маълумотларни зудлик билан олиш учун Интернет ресурсларидан фаол фойдаланмоқдалар. Бундан ташқари улар мустақил равишда маълумот базаларини яратмоқдалар ва ўзларини махсулотларини яратмоқдалар.

Чет эллардаги оммавий кутубхоналарда ўнлаб мавзуларда доимий равишда фаоллаштириб борилувчи маълумот базаларига эга. Булар терминологик ва манзиллар базасидан тортиб меҳнат биржаси ҳақидаги базалардир.

Кутубхона ва ахборот органлари ўзларини маълумот базаларини яратишда ахборот бозорида мўлжалга олиш, ахборот хизматини сифатини ошириш, фаолиятни самарали ташкил этишлари зарурдир. Шунинг учун қуйидагилар ишлар амалга оширишлари керак:

◆ рақобатчиларни аниқлаш ва тавсия этилаётган ахборот

маҳсулотлари ва хизматларини таҳлил қилиш;

- ◆ миждозлар ва потенциал инвестрларни қидириш;

- ◆ қиммат турувчи ва кўп меҳнат сарф этиш талаб қилинадиган ахборот маҳсулотлари ва хизматларини тайёрлаш учун ишбилармон ҳамкорларни топиш;

- ◆ бозорда мавжуд бўлган тайёр ахборот маҳсулотни олиш (ҳозирги кунда тайёр ахборот маҳсулотини олиш, уни мустақил равишда тайёрлашдан фойдалироқдир).

- ◆ сифати ва нархи бўйича бозор талабларига жавоб берувчи ўзини рақобатбардош ахборот маҳсулотини ишлаб чиқиш;

- ◆ ўзини ахборот маҳсулоти ва хизматини тарқатиш, яъний фойдаланувчиларга етказиб бериш.

Юқоридаги ишларни амалга ошириш кутубхона ёки ахборот органлари жамоасини биргаликда , бир мақсад сари интиланган холда меҳнат қилишни талаб этади.

## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

### **1.Ўзбекистон Республикаси қонунлари**

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси // Халқ сўзи-1992.-8 декабрь..
- 2.Ахборот-кутубхона фаолияти тўғрисида Ўзбекистон Республикаси қонуни //Халқ сўзи-2011.14 апрель.
3. Ахборотлаштириш тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг қонуни.-1993 йил 7 майда қабул қилинган //Халқ сўзи.- 1993.-18 июнь.
4. “Тадбиркорлик тўғрисида” (1993 йил 7 майда ўзгартиришлар киритилган) Ўзбекистон Республикаси қонуни // Халқ сўзи –1991.-16 феврал.
5. Реклама тўғрисида Ўзбекистон Республикаси қонуни // Халқ сўзи- 1998.- 12 декабрь.
6. “Республика аҳолисини ахборот-кутубхона билан таъминлашни ташкил этиш тўғрисида” 2006 йил 20 июндаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори // Халқ сўзи-2006.-20 июнь

### **2.Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари**

7. Каримов И.А. Жаҳон молиявий –иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов –Т.: Ўзбекистон, 2009.-56 б.
8. Каримов И.А. Юксак маънавият-енгилмас куч./ И.Каримов. –Т.: Маънавият, 2008.-176 б.
9. Каримов И.А. Ватанимизнинг босқичма-босқич ва барқарор ривожланишини таъминлаш- бизнинг олий мақсадимиз.-Т.: Ўзбекистон, 2008.-48 б.
10. Каримов И.А. Мамлакатни модернизация қилиш ва иқтисодийетимизни барқарор ривожлантириш йўлида.-Т.16.-Т.: Ўзбекистон,2008.-Б.138.



11. Каримов И. А. Маънавий юксалиш йўлида: Тарих, маърифат, маънавият. – Т.: Ўзбекистон, 1998. - 480 б.

12. Каримов И. А. Миллий истиқлол мафкуриси – халқ эътиқоди ва буюк келажакка ишончдир: "Фидокор" газетаси мухбири саволларига жавоблар.-Т.: Ўзбекистон, 2000.- 40 б.

13. Каримов И. А. Тарихий хотирасиз келажак йўқ: Т.: Шарқ, 1998. - 31 б.

14. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида.-Т.: Ўзбекистон, 1995.-269 б.

### **3. Дарслик ва ўқув қўлланмалар**

15. Ахборот-кутубхона ва ахборот-ресурс марказлари ишини ташкил қилиш= Организация работы информационно-библиотечных и информационно-ресурсных центров: (Хужжатлар тўплами) / Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси; -Т.: Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-носи нашриёти, 2007.-92 б.

16. Ахборот-кутубхона муассасаларининг ўзаро ҳамкорлиги=Взаимодействие информационно-библиотечных учреждений: Метод. Қўлл./ Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси.-Т.: Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси нашриёти, 2009.-76 б.

17. Ахборот-ресурс марказларининг библиографик ишини ташкил қилиш: Метод. Қўлл. / Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси, -Т.: Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси нашриёти, 2008.-40 б.

18. Махмудов М.Х., Шокиров Т., Ниязова Э.Н. Ахборот кутубхона хизмати: Назарияси ва методологияси/ Дарслик.-Т., 2008. - 160 б. / ТДМИ

19. Махмудов М.Х. Кутубхона – ахборот фаолияти менежменти: Ўқув қўлланма.-Т., 2007.-150 б./ ТДМИ

20. Махмудов М.Х. Кутубхона ахборот фаолияти маркетинги: Ўқув қўлланма.-Т., 2007.-72 б. /ТДМИ

21. Каримов У. Электрон библиографик ресурслар яратиш технологияси ва манбалари / Масъул муҳаррирлар: М.А.Раҳматуллаев, М.Б.Бекмуродов; Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси.-Т.: Фан, 2006.-194 б.

22. Каримов У.,Раҳматуллаев М. Даврий нашрлар электрон каталогини яратыш технологияси: Услубий кўлл./ Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси.- Т.: Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси нашриёти, 2006.-82 б.

23. “Ўзбекистонда кутубхонашунослик ишини ислоҳ қилиш масалалари”= «Вопросы библиотечного дела Узбекистана» «Бетгерхонлик - 2006” давра суҳбати материаллари тўплами / Таҳрир кенгаши: А.О.Умаров [ва бошқ]; Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси. –Т.: Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси нашриёти, 2007.-162 б.

24.Автоматлаштирилган кутубхона: Ўқув кўлланма /М.А. Раҳматуллаев, А.О.Умаров, У.Ф.Каримов ва бошқ.; ЎЗР Маданият ишлари вазирлиги, Абдулла Қодирий ном. Тошкент Давлат маданият ин-ти. – Т.: Алишер Навоий ном. Ўзбекистон Миллий к-наси нашриёти, 2003. - 266 б.

25. Блюменау Д.И.Информационный анализ/синтез для формирования вторичного потока документов.- СПб.: Изд-во “Профессия”, 2002, -240 с.

26.Брежнева В.В., Минкина В.А. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий/ В.В.Брежнева, В.А.Минкина; СПбГУКИ. –СПб.: Профессия, 2004. -304 с.- (Серия «Библиотека»).

27. Брежнева В.В. Информационное обслуживание: Учеб. пособие / В.В. Брежнева. –СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2002.-48 с.

28.Дворкина М.Я. Информационное обслуживание: социокультурный подход /М.Я.Дворкина. –М.: ИПО Профиздат, 2001. -112 с.

29.Дворкина М.Я. Библиотечное обслуживание: теоретический аспект: Мо-ногр. / М.Я. Дворкина. М.: Изд-во МГИК, 1993.-248 с.

30. Коготков Д.Я. Библиографическая деятельность библиотеки: организация, управление, технология: Учебник / Учебник –СПб.: Профессия, 2003.-304 с.

31. Клюев В.К., Ястребова Е.М. Маркетинговая ориентация библиотечно- информационной деятельности: Учеб. пос. –М.:Изд-во Моск. Гос. Ун-та культуры. 1999.-144 с.

#### **4. Газета ва журнал маколалари**

32.Махмудов М.Х. Республикамизда замонавий кутубхона-ахборот фаолиятини бошқаришни такомиллаштиришнинг долзарб муаммолари //“Ўзбекистонда кутубхоначилик ишини ислоҳ қилиш масалалари” (2006 Тошкент) – Бетгерхонлик-2006.-Т.:А.Навоий номи-даги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти.-2007. 30-33 б

33.Махмудов М.Х. Кутубхоначилик ишининг ривожланиш қонуниятлари ва ўзига хос хусусиятлари//. Кутубхоначи кадрлар тайёрлаш қайта тайёрлаш ва малакаларини оши-риш.–Бетгерхонлик. Давра суҳбати материаллари.-Т.: А.Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси нашриёти, 2005 -17-23 б.

34.Дворкина М.Я. Терминалогия информационного обслуживания /М.Я.Дворкина // наус. Техн. Информ. Сер.!.-2001.-№ 1.-С.35-37.

36.Минкина В.А. Информационная культура специалиста и проблемы ее формирования / В.А.Минкина, В.В.Брежнева // Современное библиотечно-информационное образование: Учеб. Тетради.-Вып.3.-СПб.: СПбГУКИ, 1999.-С.121-136.

35.Минкина В.А. Формирование информационной культуры личности: роль библиограф / В.А.Минкина, В.В. Брежнева //Мир библиографии.-1998.-№ 4. –С.21-23.

36.Мурашко О. Коммуникабельность, открытость, эмоциональность // Библиотека-2009.-№ 8.-С.27.

37.Езова С. Специфика профессионального общения // Библиотека-2009.-№2.-С.73-74.

38.Езова С. И Станиславский нам поможет // Библиотека-2009.-№1.-С.61-63.

39. Рыщанова У. Имидж и культура руководителя: современный взгляд  
// Библиотека-2008.-№ 11.-С.52-54.

## **5. Интернет сайтлари**

1. [http:// www.library.ry](http://www.library.ry)- менеджмент ва маркетинг
2. [http://www/ library/ tio/ry](http://www/library/tio/ry)- менеджмент ва маркетинг

## **Электронный ресурс.**

[www.http://inion/www.ru](http://www.inion/www.ru) – библиографические базы данных ИНИОН

[http://elib.gpntb. –ru](http://elib.gpntb.ru) электронная библиотека ГПНТБ России.

<http://www.gpntb.ru/win/ntb/> - полнотекстовая версия журнала «Научные и технические библиотеки»

<http://www.gpntb.ru/win/elib/inex.html> - архивные версии указателей, материалов международной конференции «Крым», путеводители по фондам научно-технических библиотек России.

[http://www.elib.ru/journal/2003/200302/kogalovskiy.ru.html\\_](http://www.elib.ru/journal/2003/200302/kogalovskiy.ru.html_).

<http://www.allru.net/> - аннотированный каталог ресурсов

<http://www.ru/eng/index.html> - Россия в сети – каталог интернет ресурсов

<http://www.bestlibrary.ru/> - Электронная библиотека

<http://www.rsl.ru/> - Российская государственная библиотека

<http://www.gpntb.ru/> - Государственная публичная научно-техническая библиотека

<http://www.libfl.ru/> - ВГБИЛ им. М.И.Рудомино

<http://www.shpl.ru/> - Государственная публичная историческая библиотека

<http://www.scsml.rssi.ru/> - Центральная научная медицинская библиотека при Минздраве РФ